

## Negocios Internacionales

### Proyecto previo a la obtención de título de Licenciado en Negocios Internacionales

**AUTORES:** Steven Albán, Johel Lema, Hugo Quishpe, Sebastián  
Tenemaza y Michael Asanza

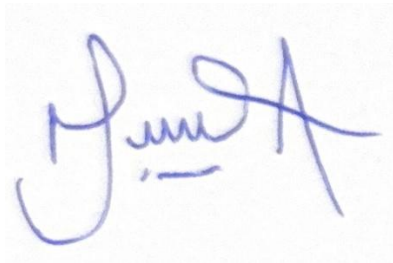
**TUTOR:** Mgtr. GUIDO LUDGARDO ROMERO

**TEMA:** Importación y distribución de implementos de tenis a  
través de DeporSpeed y un modelo de redistribución constante  
basándose en el régimen aduanero 70.

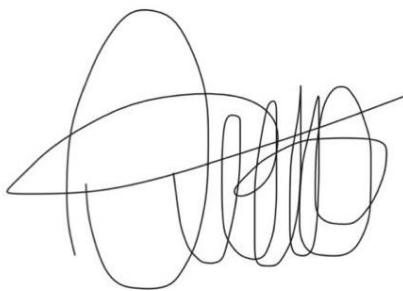
## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA**

Nosotros, Asanza Muñoz Michael Anthony, Quishpe Mogollon Hugo Leonardo, Lema Flores Johel Flores, Tenemaza Aguilera Diego Sebastian, Stiven Joseth Albán Alvarez declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

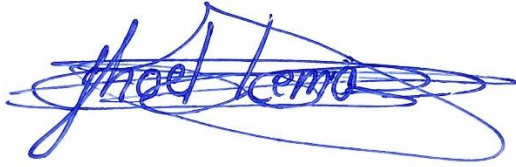
Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



**MICHAEL ANTHONY ASANZA MUÑOZ**



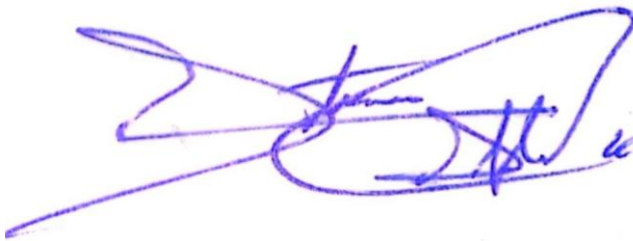
**HUGO LEONARDO QUISHPE MOGOLLON**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Johel Lema". The signature is stylized with a large, sweeping loop at the end.

JOHEL EDUARDO LEMA FLORES

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Diego Sebastian Tenemaza". The signature is stylized with a large, sweeping loop at the end.

DIEGO SEBASTIAN TENEMAZA AGUILERA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Stiven Joseth Alban". The signature is stylized with a large, sweeping loop at the end.

STIVEN JOSETH ALBAN ALVAREZ

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo Romero Larco Guido Ludgardo, certifico que conozco a la autora del presente trabajo de titulación “Importación y distribución de implementos de tenis a través de DepoorSpeed y un modelo de redistribución constante basándose en el régimen aduanero 70”, Asanza Muñoz Michael Anthony, Quishpe Mogollon Hugo Leonardo, Lema Flores Johel Flores, Tenemaza Aguilera Diego Sebastian, Stiven Joseth Albán Alvarez, siendo los responsables exclusivos tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



.....

MGTR. Guido Ludgardo Romero Larco

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

## **Resumen Ejecutivo**

El presente proyecto de titulación se centra en el modelo de negocio de DeporSpeed, basado en la importación directa y distribución de implementos deportivos especializados para tenis en el mercado ecuatoriano. La empresa busca comercializar productos de la marca Wilson, orientados a jugadores recreativos, deportistas competitivos, clubes, academias y consumidores que requieren artículos originales, técnicos y de alta calidad.

Nuestro modelo de negocio es la importación directa y distribución. A través de este enfoque, DeporSpeed busca reducir la dependencia de intermediarios, mejorar el control del portafolio de productos, optimizar costos de abastecimiento y fortalecer su capacidad de respuesta frente a la demanda del mercado ecuatoriano. La empresa no compite únicamente por precio, sino por disponibilidad, especialización, asesoría técnica y autenticidad de los productos.

Nuestra estrategia de negocio es el reabastecimiento constante y la disponibilidad inmediata de producto, debido a la introducción de la mercancía bajo el Régimen Aduanero 70, correspondiente al depósito aduanero. Este régimen permite que la mercancía importada permanezca bajo control aduanero sin ser nacionalizada de forma inmediata, facilitando retiros parciales de acuerdo con la demanda real del mercado. De esta manera, DeporSpeed puede administrar mejor su inventario, reducir riesgos de sobrestock y optimizar el uso del capital de trabajo.

La operación se plantea mediante importaciones trimestrales desde Estados Unidos hacia Ecuador, permitiendo mantener un flujo continuo de productos Wilson y responder oportunamente a las necesidades de los clientes. Este sistema fortalece la disponibilidad de inventario y mejora la experiencia de compra en un mercado donde los consumidores valoran la calidad, el respaldo de marca y la atención especializada.

## **Abstract**

This graduation project focuses on DeporSpeed's business model, based on the direct importation and distribution of specialized tennis sporting goods in the Ecuadorian market. The company seeks to commercialize Wilson brand products, aimed at recreational players, competitive athletes, clubs, academies, and consumers who require original, technical, and high-quality products.

Our business model is direct importation and distribution. Through this approach, DeporSpeed seeks to reduce its dependence on intermediaries, improve control over its product portfolio, optimize supply costs, and strengthen its ability to respond to the demand of the Ecuadorian market. The company does not compete only on price, but also on availability, specialization, technical advice, and product authenticity.

Our business strategy is based on constant replenishment and immediate product availability through the introduction of merchandise under Customs Regime 70, corresponding to the bonded warehouse regime. This regime allows imported merchandise to remain under customs control without being immediately customs cleared, facilitating partial withdrawals according to the real demand of the market. In this way, DeporSpeed can better manage its inventory, reduce overstock risks, and optimize the use of working capital.

The operation is planned through quarterly imports from the United States to Ecuador, allowing the company to maintain a continuous flow of Wilson products and respond promptly to customer needs. This system strengthens inventory availability and improves the shopping experience in a market where consumers value quality, brand support, and specialized service.

## **Dedicatoria**

Yo, STIVEN JOSETH ALBAN ALVAREZ, dedico este proyecto en primer lugar a Dios, por darme la fortaleza y la voluntad de alentarme en cada proceso de toda mi formación profesional y personal, a mis padres, abuela y tío, que siempre fueron un pilar importante en mi vida, que me enseñaron a levantarme siempre y dar frente ante cualquier adversidad, también a mis amigos que supieron darme su apoyo en la universidad y me demostraron una lealtad incondicional.

Yo, DIEGO SEBASTIÁN TENEMAZA AGUILERA, dedico el presente trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Licenciado en Negocios Internacionales, en primer lugar, a Dios, por ser mi guía, fortaleza y sustento en cada etapa de mi vida. Gracias a su bendición y compañía he podido superar los desafíos y alcanzar esta importante meta académica. Asimismo, dedico este logro a mi familia, especialmente a mis padres y hermanos, por su amor, apoyo incondicional y constante motivación durante mi formación universitaria. De manera especial, dedico este trabajo a mi abuelo, quien, aunque ya no se encuentra físicamente entre nosotros, sigue siendo una fuente de inspiración por su ejemplo de trabajo, perseverancia y valores. A todos ellos, mi más profundo agradecimiento por haber contribuido a la realización de este sueño.

Yo, JOHEL EDUARDO LEMA FLORES, dedico el presente trabajo de titulación, previo a la obtención del título profesional, a Dios, por haberme dado las fuerzas para seguir adelante, cuidarme durante toda esta etapa y guiarme en cada momento de mi vida. A mi padre, por su esfuerzo, sacrificio y por ser mi ejemplo de fortaleza y dedicación, a mi madre, por su amor incondicional, por ser mi motor y la razón que me impulsa a seguir adelante, a mis hermanas, por su apoyo constante, cariño y por acompañarme en cada etapa de mi vida, a mis sobrinos, por ser una inspiración para seguir creciendo y mejorar cada día, a mi abuelita,

por haber sido mi hogar, mi guía y un pilar fundamental en mi vida. De manera especial, dedico este logro a mi amigo Zeus, quien, aunque ya no esté físicamente conmigo, sigue presente en mi vida, recordándome valorar cada momento y nunca dejar de aprender; y a Caramelo, por su amor incondicional, por su compañía constante en mis días difíciles y felices, por ser un apoyo silencioso pero lleno de presencia, y por recordarme que nunca estuve solo.

Yo, MICHAEL ANTHONY ASANZA MUÑOZ, dedico el presente trabajo de titulación, previo a la obtención de mi título profesional, en primer lugar a Dios, por haber sido mi guía en cada etapa de mi vida, por darme la sabiduría necesaria para continuar adelante y por brindarme la fortaleza en los momentos en los que sentí que el camino se hacía difícil.

Dedico este logro con todo mi amor a mis padres, quienes han sido el pilar fundamental de mi vida. Gracias por su sacrificio, por su esfuerzo constante, por su apoyo incondicional y por toda la ayuda que me brindaron para poder culminar esta etapa. Este logro no es solo mío, también les pertenece a ustedes.

A mi hermana, por estar siempre pendiente de mí, por su cariño, su preocupación y por acompañarme en los momentos en los que más necesitaba apoyo. Gracias por estar presente ante cualquier dificultad, por brindarme confianza y por recordarme que siempre puedo contar contigo.

También dedico este trabajo a mis amigos, quienes han estado presentes en los momentos buenos y difíciles de mi vida universitaria. Gracias por sus palabras, por su compañía, por los consejos y por hacer más llevadero este camino. De manera especial, a mis amigos “los razas”, quienes han sido un pilar fundamental durante esta etapa, compartiendo experiencias que quedarán siempre en mi memoria.

A Mikaela Paredes, por el apoyo brindado durante todo mi camino universitario, por

estar presente en momentos importantes y por acompañarme de una u otra manera en este proceso de crecimiento personal y académico.

A todos ustedes, con profundo cariño, les dedico este logro, porque cada uno ha formado parte de este camino y ha sido una motivación para seguir adelante, esforzarme cada día y construir un mejor futuro.

Yo, HUGO LEONARDO QUISHPE MOGOLLON, dedico el presente trabajo de titulación, previo a la obtención de mi título profesional, en primer lugar a Dios, por ser mi guía, por acompañarme en cada paso de mi vida y por brindarme la fortaleza y sabiduría necesarias para llegar hasta este momento.

Dedico este logro a mis padres, por su amor, sacrificio y por haber sido siempre mi ejemplo y mi principal apoyo. A mis hermanas, por su cariño, confianza y por impulsarme constantemente a ser una mejor persona.

A mi hermano menor, por ser una de mis mayores motivaciones para esforzarme cada día, por inspirarme a dar siempre lo mejor de mí y por recordarme que vale la pena seguir luchando y construyendo un mejor futuro.

A mi familia en general, quienes han estado presentes a lo largo de mi vida universitaria, brindándome su apoyo y motivación para seguir adelante.

A todos ellos, porque son mi razón para esforzarme cada día y porque este logro también les pertenece.

## **Agradecimiento**

Yo, STIVEN JOSETH ALBAN ALVAREZ, agradezco a la Universidad Internacional del Ecuador, por brindarme la formación académica y las herramientas necesarias para mi desarrollo profesional. Asimismo, agradezco a mis compañeros de la universidad por el apoyo y los aprendizajes compartidos, y a todas las personas que contribuyeron, directa o indirectamente, a la culminación de esta tesis.

YO, DIEGO SEBASTIÁN TENEMAZA AGUILERA agradezco a Dios por darme la fortaleza y la sabiduría necesaria para culminar esta importante etapa de mi vida y hacer realidad este sueño. A mis padres y hermanos, por su amor, apoyo incondicional y confianza durante todo mi proceso de formación profesional. Asimismo, agradezco a mis profesores y compañeros por sus enseñanzas, acompañamiento y experiencias compartidas a lo largo de estos años. Finalmente, expreso mi gratitud a todas las personas que contribuyeron, de una u otra manera, a la consecución de este logro.

Yo, JOHEL EDUARDO LEMA FLORES agradezco a Dios por haberme dado las fuerzas para seguir adelante, por cuidarme durante toda esta etapa y por acompañarme en cada momento de este proceso, permitiéndome alcanzar este importante logro académico, a mi padre, por su esfuerzo y apoyo constante, a mi madre, por su amor y motivación incondicional, a mis hermanas, por su apoyo y compañía en todo momento, a mis sobrinos, por ser una motivación para seguir creciendo, a mi abuelita, por su amor, sus enseñanzas y por ser parte fundamental de mi vida. Finalmente, a mi amigo Zeus y a Caramelo, por su compañía, amor incondicional y por ser parte importante de mi vida y de este proceso.

Yo, MICHAEL ANTHONY ASANZA MUÑOZ, expreso mi más sincero agradecimiento a Dios, por su infinita bondad, por darme vida, salud, sabiduría y fortaleza para culminar esta etapa tan importante. Gracias por acompañarme en cada paso, por

sostenerme en los momentos difíciles y por darme la fuerza necesaria para continuar, incluso cuando el camino parecía complicado.

Agradezco profundamente a mis padres, por todo el esfuerzo y sacrificio que han realizado a lo largo de mi vida para verme salir adelante. Gracias por su amor, por su paciencia, por su apoyo incondicional y por enseñarme, con su ejemplo, el valor de la responsabilidad, la perseverancia y el trabajo honesto.

A mi hermana, gracias por estar siempre pendiente de mí, por su cariño, su preocupación y por brindarme apoyo en cada momento. Su presencia ha sido muy importante durante este proceso, especialmente en aquellos días en los que necesitaba ánimo para seguir adelante.

A mis amigos, gracias por acompañarme durante esta etapa universitaria, por estar presentes en los momentos de alegría, pero también en los momentos difíciles. A mis amigos “las razas”, les agradezco de manera especial por haber sido un apoyo fundamental, por compartir conmigo experiencias, consejos, risas y aprendizajes que hicieron de este camino una etapa inolvidable.

A Mikaela Paredes, le agradezco sinceramente por el apoyo brindado durante todo mi camino universitario, por su compañía, comprensión y por haber estado presente en momentos importantes de esta etapa.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra manera, contribuyeron a mi formación personal y profesional. Cada apoyo, cada consejo y cada palabra de motivación fueron importantes para llegar hasta aquí.

Yo, HUGO LEONARDO QUISHPE MOGOLLON, expreso mi más sincero agradecimiento a Dios, por su infinita bondad, por guiarme hasta este momento y por acompañarme con sus enseñanzas durante todo este camino.

A mis padres, por su esfuerzo, amor y apoyo incondicional, por enseñarme el

valor del trabajo y la perseverancia, y por ser el pilar fundamental de mi vida.

A mis hermanas y a toda mi familia, por estar siempre presentes, por sus palabras de aliento y por acompañarme durante toda mi etapa universitaria.

A mi hermano menor, por ser una fuente constante de inspiración y una motivación para seguir creciendo, esforzándome cada día por ser una mejor persona y un ejemplo para él.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra manera, contribuyeron a mi formación personal y profesional, permitiéndome alcanzar esta importante meta.

Con profundo cariño y gratitud, dedico y agradezco este logro a quienes han sido mi fuerza y mi inspiración para seguir adelante

## Índice de Contenidos

|                                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| Resumen Ejecutivo .....                                           | 5         |
| Abstract .....                                                    | 6         |
| Dedicatoria .....                                                 | 7         |
| Agradecimiento .....                                              | 10        |
| <b>1.1 Introducción General.....</b>                              | <b>16</b> |
| Introducción .....                                                | 16        |
| Objetivos del trabajo .....                                       | 16        |
| Tipo de internacionalización seleccionado .....                   | 17        |
| Justificación estratégica .....                                   | 18        |
| <b>1.2 Análisis de producto .....</b>                             | <b>18</b> |
| Descripción del producto .....                                    | 18        |
| Diferenciadores y propuesta de valor .....                        | 19        |
| Clasificación arancelaria .....                                   | 20        |
| Innovación y sostenibilidad (TBL: People – Planet – Profit) ..... | 21        |
| <b>1.3 Selección y Evaluación del Mercado .....</b>               | <b>21</b> |
| 1.3.1 Screening Macro .....                                       | 21        |
| 1.3.2 Evaluación Profunda del Mercado Objetivo .....              | 23        |
| Análisis PESTEL .....                                             | 23        |
| Perfil Demográfico y Socioeconómico .....                         | 25        |
| Tendencias y Comportamiento del Consumidor.....                   | 26        |
| Competencia local e internacional .....                           | 28        |
| Brechas de mercado .....                                          | 29        |
| 1.3.3 Análisis Estratégico del País .....                         | 30        |

|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| Determinación de demanda insatisfecha.....                            | 30        |
| <b>2. Aplicación del Componente Profesional .....</b>                 | <b>32</b> |
| 2.1 Diseño Operativo según el Modo de Internacionalización .....      | 32        |
| 2.1.1 Identificación de Barreras Arancelarias y Paraarancelarias..... | 33        |
| 2.1.2 Ruta Logística Internacional .....                              | 34        |
| 2.1.3 Incoterm Recomendado .....                                      | 35        |
| 2.1.4 Fletes, Tiempos de Tránsito, Seguros y Costos Logísticos .....  | 36        |
| 2.1.5 Justificación Técnica del Régimen 70 – Depósito Aduanero .....  | 37        |
| 2.1.6 Solicitud de Cotización Internacional (RFQ) .....               | 38        |
| 2.1.7 Costos de Importación y Determinación del Precio Final .....    | 38        |
| <b>3. Evaluación del Negocio.....</b>                                 | <b>39</b> |
| 3.1 Estrategia comercial internacional .....                          | 39        |
| Segmentación y posicionamiento .....                                  | 39        |
| Adaptación del producto .....                                         | 40        |
| Estrategia de precios .....                                           | 41        |
| Estrategia de distribución.....                                       | 41        |
| Comunicación y branding internacional .....                           | 41        |
| <b>3.2 Modelo Financiero .....</b>                                    | <b>42</b> |
| Inversión total requerida .....                                       | 43        |
| Costos fijos y variables .....                                        | 43        |
| Flujo de caja del proyecto .....                                      | 45        |
| Indicadores financieros: VAN y TIR.....                               | 46        |
| Análisis de sensibilidad.....                                         | 46        |
| Conclusión .....                                                      | 48        |
| Referencias bibliográficas.....                                       | 49        |

|              |    |
|--------------|----|
| Anexos ..... | 52 |
|--------------|----|

### **Índice de tablas**

|                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Matriz de preselección de mercados .....                                              | 52 |
| Tabla 2. Análisis PESTEL .....                                                                 | 52 |
| Tabla 3. Demanda insatisfecha Quito .....                                                      | 53 |
| Tabla 4. Desglose de fletes y recargos .....                                                   | 54 |
| Tabla 5. Cálculo de valores de depósito aduanero.....                                          | 55 |
| Tabla 6. Proyección de ventas y pronóstico de importación por categorías de producto<br>.....  | 55 |
| Tabla 7. Estado de resultados proyectado.....                                                  | 56 |
| Tabla 8. Metodología de cálculo e interpretación de indicadores financieros VAN y<br>TIR ..... | 56 |

### **Índice de anexos**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Documentos de importación .....       | 56 |
| Declaración aduanera.....             | 56 |
| Factura comercial.....                | 57 |
| Packing list.....                     | 58 |
| Factura de transporte logístico ..... | 58 |

## **1.1 Introducción General**

### **Introducción**

El presente proyecto desarrolla una estrategia de posicionamiento y un modelo de negocio escalable para la comercialización de productos deportivos especializados, tomando como caso de estudio a DeporSpeed y su gestión de la marca Wilson en Ecuador. A diferencia de los modelos de distribución convencionales, esta propuesta se enfoca en la creación de ventajas competitivas en un contexto de no exclusividad, donde la distinción no reside en el producto, sino en la eficiencia y efectividad operativa.

En Ecuador, el sector del tenis ha experimentado un aumento constante en los últimos años, motivado por las acciones de promoción, capacitación y fomento deportivo llevadas a cabo por la Federación Ecuatoriana de Tenis. Esta entidad ha ayudado a popularizar este deporte a través de la realización de competiciones, programas de capacitación y actividades de desarrollo en todo el país. (Federación Ecuatoriana de Tenis, 2024).

La oferta está dominada por retailers generalistas que priorizan el volumen masivo sobre el asesoramiento técnico, en este contexto DeporSpeed identifica una brecha estratégica en el reabastecimiento, la ausencia de un ecosistema especializado que integre disponibilidad inmediata, profundidad de catálogo y una conexión orgánica con la comunidad deportiva. Este proyecto busca consolidar la eficiencia local, estructurar un modelo operativo eficiente y efectivo.

### **Objetivos del trabajo**

#### ***Objetivo General***

Establecer un sistema efectivo para distribuir productos deportivos Wilson en el mercado de Ecuador, asegurando un suministro rápido y eficiente a través del uso estratégico del régimen 70, lo que permitirá la disponibilidad constante de artículos y una constante adaptación a las tendencias deportivas emergentes.

### ***Objetivos Específicos***

- Implementar un sistema de reposición cada tres meses que se funde en proyecciones de demanda y el uso efectivo del régimen 70.
- Examinar las pautas del mercado del mercado deportivo en Ecuador para adaptar de manera constante la gama de productos de DeporSpeed.
- Evaluar el impacto del modelo de abastecimiento continuo en la disponibilidad de productos y satisfacción del cliente dentro del mercado ecuatoriano.

### **Tipo de internacionalización seleccionado**

El proyecto se basa en un modelo de importación directa hacia Ecuador, enfocado en la adquisición estratégica de productos deportivos de la marca Wilson. Esta propuesta busca eliminar intermediarios, optimizar costos y fortalecer el control del portafolio especializado dentro del mercado ecuatoriano.

El modelo operativo se fundamenta en un sistema de abastecimiento continuo mediante pronósticos trimestrales y utilización estratégica del régimen 70, esto permitirá nacionalizar la mercancía según la demanda real del mercado. Esto facilita mantener productos actualizados, reducir riesgos de sobrestock y responder rápidamente a las nuevas tendencias deportivas.

La estrategia de internacionalización se enfoca en consolidar un sistema logístico eficiente desde Miami hacia Ecuador, aprovechando la infraestructura comercial y de distribución internacional de Estados Unidos.

Esta internacionalización se ejecuta en la siguiente fase estratégica:

Consolidación en Ecuador (Importación): Validación de la eficiencia logística y comercial, operando como un distribuidor, importador que compite mediante especialización técnica y disponibilidad inmediata.

### **Justificación estratégica**

El proyecto surge de la necesidad de optimizar la distribución y disponibilidad de artículos deportivos especializados en Ecuador. Actualmente, los productos deportivos de alta gama están en demanda. Esto es cierto para el tenis, donde los consumidores valoran la calidad del producto, la tecnología en el producto y el rendimiento del mismo. Diferentes estudios de mercado muestran que tanto jugadores recreativos como competitivos tienen una mayor tendencia a comprar equipos deportivos de alto rendimiento, como raquetas, zapatos y ropa deportiva según datos obtenidos de “Fortune business insight”, donde los consumidores buscan marcas internacionales reconocidas como Wilson.

Frente a este escenario, DeporSpeed plantea un modelo de negocio basado en reabastecimiento continuo mediante el uso estratégico del régimen 70, permitiendo mantener disponibilidad inmediata y actualización constante de productos deportivos.

Además, el modelo busca generar una ventaja competitiva basada en eficiencia logística, disponibilidad de inventario y adaptación rápida a tendencias deportivas, fortaleciendo el posicionamiento de la empresa dentro del mercado ecuatoriano.

## **1.2 Análisis de producto**

### **Descripción del producto**

#### ***Descripción del producto o servicio***

El portafolio de DeporSpeed está compuesto por productos deportivos especializados de la marca internacional Wilson, enfocados principalmente en el segmento de tenis. Estos incluyen raquetas, pelotas, indumentaria, calzado y accesorios como grips, bolsos y cuerdas. Se trata de una oferta dirigida tanto a deportistas recreativos como competitivos, caracterizada por estándares internacionales de calidad e innovación.

Wilson ha construido un legado basado en su compromiso con la innovación constante y la tecnología deportiva. Wilson cuenta con los recursos y dedica tiempo a investigar tecnologías emergentes y existentes, y a determinar dónde encajan en sus cronogramas, probar y perfeccionar el equipo, y colaborar para desarrollar equipos que satisfagan las necesidades de atletas profesionales y/o competitivos. Este compromiso ayuda a Wilson a mantener un canal de entrada y retención en un mercado de posición premium (Wilson Sporting Goods, n.d.). incluyendo la colaboración con atletas profesionales y el uso de tecnologías en materiales que mejoran aspectos como la ergonomía, resistencia, transpirabilidad y confort.

El proceso del producto se estructura en tres etapas. En primer lugar, el desarrollo e innovación a cargo de Wilson, donde se diseñan y validan los productos. En segundo lugar, la importación directa realizada por DeporSpeed, que incluye la gestión logística, aduanera y la selección del portafolio. Finalmente, la comercialización en el mercado ecuatoriano, donde se incorpora valor a través del servicio, posicionamiento y experiencia del cliente.

### **Diferenciadores y propuesta de valor**

DeeporSpeed se diferencia dentro del mercado ecuatoriano mediante un modelo de importación directa y abastecimiento continuo de productos deportivos Wilson. La propuesta de valor de DeporSpeed no se basa en el producto, sino en la capacidad de mantener disponibilidad inmediata y adaptación constante a las variaciones de la demanda.

El uso inteligente del régimen 70 ayuda a mejorar la nacionalización de productos de acuerdo a la demanda del mercado, disminuyendo el riesgo de tener exceso de inventario y mejorando la eficiencia en la logística.

Además, la compañía está dedicada al ámbito del tenis, brindando apoyo técnico, una experiencia de compra adaptada y productos auténticos, lo que a su vez mejora la lealtad y la presencia de la marca en el nicho deportivo especializado.

### **Clasificación arancelaria**

DeporSpeed basa su modelo de negocio en la importación directa, la clasificación arancelaria es clave para determinar costos, regulaciones y viabilidad comercial.

Los productos se clasifican dentro del Sistema Armonizado, principalmente en el capítulo 95 (artículos para deporte), destacándose las siguientes subpartidas:

- ***Raquetas de tenis:*** 9506.51.00.10
- ***Pelotas de tenis:*** 9506.62.00
- ***Artículos deportivos diversos:*** 9506.99.00
- ***Indumentaria deportiva:*** capítulos 61 o 62
- ***Calzado deportivo:*** capítulo 64

Una correcta clasificación permite cumplir con la normativa ecuatoriana, calcular aranceles e impuestos (IVA, FODINFA), evitar sanciones y optimizar la estructura de costos.

Por tanto, este aspecto no solo es operativo, sino estratégico para la competitividad del negocio.

### **Innovación y sostenibilidad (TBL: People – Planet – Profit)**

En la dimensión social (People), DeporSpeed promueve el deporte y estilos de vida saludables mediante la comercialización de productos especializados y el asesoramiento al cliente, fortaleciendo su relación con el mercado y su posicionamiento.

En la dimensión ambiental (Planet), aunque no participa en la producción, contribuye mediante la comercialización de productos duraderos, el trabajo con marcas que innovan en materiales y la adopción de prácticas como reducción de empaques y gestión de residuos.

En la dimensión económica (Profit), el modelo se enfoca en la rentabilidad sostenible a través de la importación directa, la diferenciación y la fidelización de clientes, permitiendo mejorar márgenes y consolidar una ventaja competitiva.

## **1.3 Selección y Evaluación del Mercado**

### **1.3.1 Screening Macro**

El proceso de selección del mercado objetivo se realizó mediante la aplicación de una matriz de preselección ponderada, la cual permitió comparar distintos países en función de variables estratégicas clave para la aplicación de la importación de los productos para la aplicación del modelo de negocio de DeporSpeed.

Los mercados analizados incluyeron EE. UU., China, Panama, Reino Unido y Canada, seleccionados por su relevancia en el sector deportivo y su potencial de desarrollo en el segmento de tenis. Los mercados estudiados incluyeron Estados Unidos, China, Panamá, Reino Unido y Canadá, seleccionados por su importancia para la industria global del deporte, su participación en el comercio de equipos deportivos y su potencial para desarrollar el

mercado de tenis. Estos mercados se caracterizan por un alto consumo de equipos deportivos, la presencia de marcas especializadas globales y la infraestructura y eventos en evolución para la práctica del tenis. (Administración de Comercio Internacional, 2024; Federación Internacional de Tenis, 2024).

Para la evaluación se consideraron los siguientes indicadores: tamaño de mercado, crecimiento del sector, infraestructura logística, nivel arancelario, intensidad competitiva, accesibilidad al mercado y estabilidad económica.

Los resultados de la matriz de preselección muestran que Estados Unidos obtuvo la puntuación más alta (4,30), posicionándose como el mercado más atractivo entre las alternativas analizadas. Este resultado se debe a su favorable desempeño en variables como tamaño de mercado, acceso comercial, logística y estabilidad, factores que influyeron significativamente en la valoración final.

Asimismo, durante el proceso de ponderación se consideró como un aspecto relevante que la empresa cuenta con la representación de la marca Wilson, reconocida mundialmente como una de las principales marcas de artículos para tenis. Esta condición representa una ventaja competitiva importante para el ingreso al mercado estadounidense, ya que se trata de una marca con alto reconocimiento y aceptación entre los consumidores de dicho país. Por esta razón, la presencia de Wilson contribuyó positivamente a la evaluación de Estados Unidos, al reducir las barreras de posicionamiento comercial y aumentar las posibilidades de éxito en la comercialización de los productos.

En consecuencia, considerando tanto los resultados cuantitativos de la matriz como las fortalezas estratégicas de la empresa, se selecciona a Estados Unidos como mercado objetivo de importación para el desarrollo de la presente investigación.

### **1.3.2 Evaluación Profunda del Mercado Objetivo**

## **Análisis PESTEL**

Con el propósito de evaluar el entorno del mercado objetivo para DeporSpeed, se realizó un análisis PESTEL enfocado en la relación comercial entre Estados Unidos (Miami) y Ecuador, considerando que la empresa importará implementos deportivos especializados de la marca Wilson desde Miami para su comercialización en el mercado ecuatoriano.

El análisis permite identificar los principales factores externos que pueden influir en el desempeño y crecimiento del proyecto, considerando variables políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y legales que afectan directamente la cadena de suministro y la comercialización de productos deportivos.

En el ámbito político, Estados Unidos mantiene un entorno político y comercial estable que favorece las operaciones internacionales. (World Bank, 2024). Además, las relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos facilitan la importación de productos deportivos, permitiendo un flujo constante de mercancías y reduciendo riesgos asociados a la incertidumbre política. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2024).

Desde la perspectiva económica, Estados Unidos posee una de las economías más sólidas y desarrolladas del mundo, garantizando la disponibilidad permanente de marcas deportivas internacionales como Wilson. (World Bank, 2024). Por su parte, Ecuador presenta un crecimiento sostenido en la demanda de productos deportivos especializados, impulsado por el aumento de la práctica de disciplinas como el tenis. (El Telégrafo, 2018)

En el aspecto social, se observa un incremento del interés por actividades deportivas y hábitos de vida saludables. El crecimiento de academias, clubes y torneos de tenis en Ecuador ha fortalecido la demanda de equipamiento especializado, generando oportunidades para empresas enfocadas exclusivamente en este segmento. (El Telégrafo, 2018).

En cuanto al factor tecnológico, Miami cuenta con una infraestructura logística y tecnológica altamente desarrollada que facilita la gestión de inventarios, el seguimiento de envíos y la distribución internacional. Esto permite optimizar los tiempos de abastecimiento y mejorar la eficiencia operativa de DeporSpeed. (PortMiami, 2024).

Desde la dimensión ecológica, las principales marcas deportivas internacionales han incorporado prácticas sostenibles en sus procesos de fabricación y distribución. Esta tendencia representa una oportunidad para que DeporSpeed fortalezca su propuesta de valor mediante la comercialización de productos alineados con criterios de sostenibilidad y responsabilidad ambiental. (Wilson Sporting Goods, 2024).

Finalmente, en el aspecto legal, la importación de artículos deportivos debe cumplir con las normativas aduaneras, tributarias y comerciales vigentes entre Ecuador y Estados Unidos. Sin embargo, la existencia de mecanismos y regímenes aduaneros establecidos permite realizar las operaciones de importación dentro de un marco legal seguro y predecible. (SENAE, 2024).

En conclusión, los resultados del análisis PESTEL evidencian un entorno favorable para el desarrollo de DeporSpeed, debido a la estabilidad comercial entre ambos países, la creciente demanda de productos deportivos especializados en Ecuador y las ventajas logísticas que ofrece Miami como centro de abastecimiento internacional. Estos factores contribuyen a fortalecer la viabilidad y sostenibilidad del proyecto en el mercado ecuatoriano.

### ***Perfil Demográfico y Socioeconómico.***

Ecuador representa un mercado atractivo para la comercialización de artículos de tenis debido a la concentración de potenciales consumidores en ciudades con infraestructura deportiva desarrollada y niveles de ingreso medio-altos y altos, las principales ciudades del país, como Quito, Guayaquil y Cuenca, concentran una importante cantidad de clubes

deportivos, academias de formación y espacios destinados a la práctica de esta disciplina, convirtiéndose en los mercados de mayor interés para la empresa DeporSpeed. (INEC, 2023; Federación Ecuatoriana de Tenis, 2024)

La práctica del tenis en Ecuador se concentra principalmente en las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay, donde existe una mayor oferta de instalaciones deportivas, programas de formación y competencias organizadas por la Federación Ecuatoriana de Tenis. Estas provincias albergan clubes reconocidos y academias especializadas que impulsan el desarrollo del deporte tanto a nivel recreativo como competitivo. De manera complementaria, provincias como Tungurahua y Manabí han mostrado un crecimiento progresivo en la participación de deportistas y eventos relacionados con esta actividad.

El perfil del consumidor de productos de tenis está conformado principalmente residentes en zonas urbanas que participan en actividades deportivas especializadas y cuentan con capacidad para invertir en equipamiento técnico. Este segmento incluye estudiantes, profesionales, empresarios y familias con capacidad de inversión en actividades deportivas. Debido a que el tenis requiere la adquisición constante de implementos especializados, los practicantes suelen contar con un mayor poder adquisitivo en comparación con los consumidores de otros deportes de carácter masivo. (International Tennis Federation, 2024; Schiffman & Wisenblit, 2019)

Dentro del mercado objetivo se identifican tres grupos principales. El primero corresponde a los tenistas juveniles competitivos, quienes participan en academias y torneos nacionales y demandan equipamiento técnico para su entrenamiento y competencia. El segundo grupo está conformado por adultos aficionados que practican el deporte de manera recreativa o competitiva y buscan productos de calidad respaldados por marcas reconocidas internacionalmente, como Wilson. Finalmente, se encuentran los clubes y academias

deportivas, que representan clientes institucionales con necesidades de compra recurrentes y en mayores volúmenes para el desarrollo de sus actividades de formación y organización de torneos.

Aunque el tenis no posee la misma masificación que otros deportes en Ecuador, presenta una ventaja comercial importante debido al alto gasto promedio por usuario. El tenis es considerado uno de los deportes con mayor gasto individual debido a la necesidad de equipamiento especializado y de alto rendimiento. Esta característica favorece la comercialización de productos premium, cuyos consumidores suelen valorar aspectos como innovación tecnológica, calidad y durabilidad." (Fortune Business Insights, 2025).

Esta característica genera oportunidades atractivas para DeporSpeed, especialmente en las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay, donde se concentra la mayor cantidad de practicantes y consumidores potenciales de productos deportivos especializados.

## **Tendencias y Comportamiento del Consumidor**

### ***Comportamiento del consumidor ecuatoriano***

El consumidor ecuatoriano de artículos deportivos ha mostrado una evolución significativa durante los últimos años, caracterizándose por una mayor valoración de la calidad, el rendimiento y la especialización de los productos adquiridos. La decisión de compra de artículos deportivos especializados está cada vez más influenciada por el valor percibido del producto. En deportes como el tenis, los consumidores consideran aspectos funcionales y técnicos, tales como la calidad de los materiales, la resistencia, el diseño, la tecnología incorporada y la reputación de la marca, factores que contribuyen a reducir el riesgo percibido y a incrementar la satisfacción esperada con la compra. (Schiffman & Wisenblit, 2019)

En primer lugar, se observa una creciente preferencia por marcas internacionales reconocidas, debido a la percepción de mayor calidad, innovación y desempeño que estas generan en los consumidores. Las marcas globales suelen asociarse con estándares superiores de fabricación, desarrollo tecnológico y prestigio, factores que influyen positivamente en las decisiones de compra y fortalecen la confianza del consumidor frente a alternativas con menor posicionamiento en el mercado. (Kotler & Keller, 2016).

En este contexto, Wilson mantiene una ventaja competitiva importante al ser una marca ampliamente reconocida dentro del mercado global de artículos para tenis, tanto en el segmento amateur como profesional.

Adicionalmente, el consumidor ecuatoriano ha presenta un comportamiento cada vez más informado al realizar un proceso de compra. Los clientes suelen investigar características técnicas antes de adquirir productos deportivos especializados como puede ser precios, calidad y durabilidad. Estas tendencias obligan a las empresas comercializadoras a proporcionar información detallada, asesoría especializada y una experiencia de compra orientada a la generación de confianza. (Schiffman & Wisenblit, 2019; Kotler & Keller, 2016).

Por otro lado, la tendencia de crecimiento del comercio electrónico ha transformado los hábitos de consumo dentro del sector deportivo ecuatoriano. Los consumidores utilizan cada vez más canales digitales para buscar información, comparar alternativas y realizar compras, sin embargo, en categorías técnicas del producto, la experiencia presencial continúa siendo relevante, ya que los clientes valoran la posibilidad de evaluar físicamente los productos antes de concretar la compra. Esta situación permite evidenciar la necesidad de implementar estrategias de omnicanal que integren de manera eficiente los canales físicos y digitales. (Verhoef et al., 2015; Kotler et al, 2021).

El consumidor de hoy en día no solo quiere producto, sino también quiere agilidad de condiciones al acceder a una experiencia de compra diferente. Aspectos como la disponibilidad de inventario continuo se han convertido en factores determinantes para la fidelización del cliente. En consecuencia, la propuesta de valor de DeporSpeed debe enfocarse no únicamente en la comercialización de productos Wilson, sino también en la construcción de relaciones de largo plazo con los consumidores y la comunidad tenística ecuatoriana.

### ***Competencia local e internacional***

El mercado de artículos deportivos en Ecuador se encuentra conformado por una diversidad de actores que incluyen distribuidores especializados, tiendas deportivas independientes, cadenas comerciales y plataformas de comercio electrónico. Esta estructura permite la comercialización tanto de productos nacionales como importados, facilitando el acceso de los consumidores a una amplia variedad de marcas y categorías deportivas. (Servicio de Rentas Internas, 2024; Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, 2024).

En el ámbito específico del tenis, la rivalidad se enfoca principalmente en compañías que comercializan marcas internacionales reconocidas como Wilson, Babolat, Head y Yonex. Estas marcas luchan a través de características relacionadas con la innovación tecnológica, la calidad, el prestigio a nivel mundial y la efectividad deportiva de sus productos. Por consiguiente, el panorama competitivo se define en gran medida por estrategias de diferenciación, donde la percepción de valor por parte del consumidor es más importante que la competencia que se basa únicamente en los precios. (Fortune Business Insights, 2025). (Fortune Business Insights, 2025).

Además, hay tiendas deportivas que venden productos para varias disciplinas. A pesar de que estos comercios tienen un gran alcance y pueden distribuir bien, por lo general,

carecen de un alto nivel de especialización técnica en relación con los negocios que se centran únicamente en el tenis, lo cual es una oportunidad para empresas como DeporSpeed.

Por otra parte, el crecimiento de las plataformas internacionales de comercio electrónico ha incrementado la competencia indirecta dentro del mercado ecuatoriano. Los consumidores tienen acceso a proveedores extranjeros y marketplaces globales que ofrecen una amplia variedad de productos deportivos a precios competitivos. No obstante, estas alternativas suelen presentar desafíos asociados a tiempos de entrega prolongados, costos logísticos, trámites de importación, garantías limitadas y dificultades en el servicio postventa, aspectos que pueden constituir ventajas competitivas para los distribuidores locales.

(UNCTAD, 2024; OECD, 2023)

### ***Brechas de mercado***

En primer lugar, se observa una limitada especialización en esta disciplina dentro de la oferta existente. Si bien el mercado cuenta con diversos distribuidores e importadores de artículos deportivos, la mayoría opera bajo un enfoque generalista, lo que reduce su capacidad para atender de manera específica las necesidades técnicas y funcionales de los jugadores de tenis. Esta falta de enfoque genera una oportunidad para posicionar una propuesta basada en conocimiento especializado y asesoramiento personalizado.

En segundo lugar, se identifican problemas relacionados con la disponibilidad de productos, particularmente en referencias específicas como modelos de raquetas, tipos de cuerdas o accesorios técnicos. Esta situación se debe, en gran medida, a limitaciones en la gestión de inventarios por parte de los competidores, lo que impacta negativamente en la experiencia del cliente y en la continuidad del consumo. (Porter, 1985; Kotler & Keller, 2016)

Adicionalmente, se evidencia una escasa diferenciación en la experiencia de compra. La mayoría de los actores del mercado compite principalmente en precio, sin desarrollar estrategias orientadas a la generación de valor a través de servicios complementarios, como pruebas de producto, asesoramiento técnico o vinculación con comunidades deportivas.

### **1.3.3 Análisis Estratégico del País**

#### ***Determinación de demanda insatisfecha***

Con el propósito de determinar el mercado objetivo de DeporSpeed, se realizó una segmentación progresiva tomando como referencia la población total del Ecuador, que según las estimaciones alcanza los 18.444.506 habitantes. (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2023).

En primer lugar, se consideró la población comprendida entre los 12 y 55 años de edad, rango que representa aproximadamente el 69 % de la población nacional, equivalente a 12.726.709 personas. (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2023).

Este segmento fue seleccionado debido a que concentra la mayor participación en actividades deportivas y recreativas con el mayor potencial de consumo de productos especializados. (Schiffman & Wisenblit, 2019; Kotler & Keller, 2016).

Como criterio adicional de segmentación, se consideró la población que realiza actividades deportivas de manera regular. Según información difundida por El Telégrafo (2018), aproximadamente el 41,8 % de los ecuatorianos practica algún deporte, porcentaje que fue utilizado para estimar el mercado potencial vinculado al consumo de artículos deportivos." A partir de este segmento, se consideró únicamente a los consumidores pertenecientes a los niveles socioeconómicos medio y medio-alto, los cuales representan aproximadamente el 11 % del total, equivalente a 595.814 personas. Esta selección responde al posicionamiento de DeporSpeed como una empresa orientada a la comercialización de

productos deportivos especializados y de marcas reconocidas, dirigidos a consumidores con mayor capacidad adquisitiva.

Dentro de este grupo, se estimó que alrededor del 20 % corresponde a personas que practican tenis, tanto a nivel recreativo como competitivo, obteniéndose un mercado específico de 119.163 potenciales consumidores. Posteriormente, se consideró que el 46 % de estos deportistas adquiere indumentaria deportiva con cierta frecuencia, reduciendo el mercado efectivo a aproximadamente 54.815 consumidores.

Finalmente, considerando que DeporSpeed se encuentra en una etapa inicial de introducción y posicionamiento dentro del mercado ecuatoriano, se estableció como meta captar el 5 % de este mercado efectivo. En consecuencia, la demanda objetivo estimada para la empresa corresponde a aproximadamente 2.741 clientes potenciales, conformados por personas de entre 12 y 55 años, pertenecientes principalmente a los niveles socioeconómicos medio y medio-alto, que practican tenis y mantienen una frecuencia de compra constante de indumentaria y accesorios deportivos especializados.

Esta segmentación permite identificar un nicho de mercado claramente definido y con características acordes a la propuesta de valor de DeporSpeed, facilitando el diseño de estrategias comerciales y de posicionamiento orientadas a satisfacer las necesidades específicas de los practicantes de tenis en Ecuador.

## **2. Aplicación del Componente Profesional**

### **2.1 Diseño Operativo según el Modo de Internacionalización**

Como parte de su estrategia de crecimiento y fortalecimiento comercial, Deep Sport Speed ha planteado la importación directa de implementos de tenis de la marca Wilson desde Estados Unidos hacia Ecuador. Esta alternativa surge ante la necesidad de contar con un

abastecimiento más estable de productos especializados, reducir la dependencia de intermediarios nacionales y mejorar la disponibilidad de inventario para atender la demanda existente dentro del mercado ecuatoriano.

La propuesta desarrollada no se limita únicamente al proceso de compra internacional. Por el contrario, involucra una estructura operativa que integra actividades de abastecimiento, gestión aduanera, almacenamiento temporal de mercancías y distribución nacional. La coordinación de estos procesos busca generar una operación más eficiente, reducir costos asociados a la cadena logística y mejorar la rentabilidad de la empresa.

Para la presente propuesta se han planificado cuatro importaciones al año, equivalentes a un embarque trimestral. Esta frecuencia fue establecida considerando la demanda proyectada, la capacidad financiera de la empresa y la necesidad de mantener niveles adecuados de inventario durante todo el período de operación. Según las proyecciones realizadas por el equipo de trabajo, la inversión anual destinada al abastecimiento internacional asciende a USD 103.426,88, valor que constituye la base financiera de la estrategia de internacionalización.

### ***2.1.1 Identificación de Barreras Arancelarias y Paraarancelarias***

La importación de implementos deportivos hacia Ecuador requiere el cumplimiento de obligaciones tributarias, aduaneras y documentales que inciden directamente sobre la estructura de costos de la operación. Las barreras arancelarias corresponden a los tributos aplicados a las mercancías que ingresan a un país, mientras que las barreras paraarancelarias comprenden requisitos técnicos, administrativos y regulatorios que condicionan el acceso a los mercados internacionales (*Daniels, Radebaugh & Sullivan, 2018*).

Desde el punto de vista arancelario, los productos importados están sujetos al pago de un arancel ad valorem equivalente al 21,20 % sobre la base imponible aduanera.

Adicionalmente, la mercancía debe cancelar el Fondo de Desarrollo para la Infancia

(FODINFA), correspondiente al 0,5 % del valor de importación, así como el Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 15 %, aplicado sobre la base tributaria establecida por la normativa ecuatoriana.

Para una importación tipo con un valor CIP de USD 25.856,72, los tributos proyectados son los siguientes:

- Arancel ad valorem: USD 5.481,62
- FODINFA: USD 129,28
- IVA: USD 4.720,14

En consecuencia, la carga tributaria total por embarque asciende a USD 10.331,04.

(TABLA 3)

Desde la perspectiva paraarancelaria, la empresa deberá cumplir con los procedimientos establecidos por la autoridad aduanera ecuatoriana, incluyendo la presentación de la factura comercial, documento de transporte internacional, póliza de seguro, declaración aduanera y demás documentos requeridos para el proceso de nacionalización de mercancías.

Debido a que los productos importados corresponden a implementos deportivos para tenis, no se requieren permisos sanitarios, fitosanitarios o certificaciones especiales adicionales, lo que simplifica significativamente el proceso de importación y reduce los tiempos de despacho aduanero.

### ***2.1.2 Ruta Logística Internacional***

La operación logística inicia con la emisión de órdenes de compra a Wilson, proveedor internacional especializado en artículos deportivos para tenis.

Una vez aceptada la orden de compra, el proveedor prepara la mercancía y emite la factura comercial bajo condiciones FOB, estableciendo el valor inicial de la operación internacional. Posteriormente se incorporan los costos correspondientes al transporte y seguro

internacional para obtener el valor CIP utilizado como referencia para la planificación financiera y aduanera.

La adecuada planificación de la cadena de suministro internacional permite optimizar costos, reducir tiempos de abastecimiento y mejorar los niveles de servicio al cliente, elementos fundamentales para la competitividad empresarial en mercados globalizados (*Ballou, 2004*).

La mercancía es consolidada en origen y transportada hacia Ecuador mediante un operador logístico internacional. Una vez que la carga arriba al país, no será trasladada inmediatamente a las instalaciones de Deep Sport Speed, sino que ingresará a un depósito aduanero autorizado bajo Régimen 70.

La ruta logística propuesta comprende las siguientes etapas:

1. Emisión de la orden de compra internacional.
2. Preparación y consolidación de la mercancía por parte de Wilson.
3. Transporte interno en origen.
4. Contratación del seguro internacional.
5. Transporte internacional hacia Ecuador.
6. Arribo de la carga al territorio ecuatoriano.
7. Ingreso al depósito aduanero bajo Régimen 70.
8. Almacenamiento temporal bajo control aduanero.
9. Retiros parciales de mercancía según requerimientos comerciales.
10. Nacionalización progresiva de la mercancía.
11. Distribución hacia clientes finales dentro del territorio ecuatoriano.

Este modelo operativo permite sincronizar el abastecimiento internacional con la demanda real del mercado, evitando sobreinventarios y optimizando la utilización del capital de trabajo.

### ***2.1.3 Incoterm Recomendado***

Para la presente operación se recomienda la utilización del Incoterm CIP (Carriage and Insurance Paid To), debido a que proporciona un adecuado equilibrio entre control logístico, seguridad de la carga y previsibilidad financiera.

De acuerdo con la International Chamber of Commerce (2020), bajo este Incoterm el vendedor asume la contratación y pago del transporte principal y del seguro internacional hasta el destino convenido, mientras que el riesgo se transfiere al comprador una vez que la mercancía ha sido entregada al primer transportista.

La utilización de CIP facilita la determinación anticipada de costos logísticos, mejora la planificación financiera y reduce la exposición de la empresa a riesgos asociados con el transporte internacional.

Considerando que DeporSpeed busca consolidar una estructura de abastecimiento eficiente y sostenible, este Incoterm representa una alternativa adecuada para fortalecer la gestión de la cadena de suministro internacional.

### ***2.1.4 Fletes, Tiempos de Tránsito, Seguros y Costos Logísticos***

La estructura logística contempla la contratación de transporte internacional y seguro de carga para cada uno de los embarques programados.

El valor CIP proyectado por importación asciende a USD 25.856,72, cifra que incorpora el valor FOB de la mercancía más los costos asociados al transporte y seguro internacional.

La contratación del seguro constituye una herramienta fundamental dentro de la gestión logística internacional, ya que permite mitigar riesgos asociados a pérdidas, daños o eventos imprevistos durante el transporte de mercancías (Ballou, 2004).

La planificación operativa contempla cuatro embarques anuales, representando una inversión anual en importaciones de USD 103.426,88.

Una vez que la mercancía arriba al Ecuador, se prevé su ingreso a un depósito aduanero autorizado bajo Régimen 70 durante un período promedio de quince días por embarque. Cada operación presenta un peso aproximado de 212,05 kilogramos. Considerando una tarifa referencial de USD 0,005 por kilogramo por día, el costo de almacenamiento temporal asciende a USD 15,90 por embarque.

Adicionalmente, la operación contempla los siguientes costos:

- Recepción de carga: USD 15,00
- Manipulación y registro: USD 20,00
- Almacenamiento temporal: USD 15,90
- Gestión administrativa: USD 10,00

Como resultado, el costo total por embarque asciende a USD 60,90.

Considerando una frecuencia de cuatro importaciones anuales, el costo anual estimado del servicio de depósito aduanero corresponde a USD 243,60. (TABLA 4)

#### ***2.1.5 Justificación Técnica del Régimen 70 – Depósito Aduanero***

El Régimen 70 o depósito aduanero permite almacenar mercancías extranjeras bajo control aduanero sin que estas deban nacionalizarse de manera inmediata, posibilitando el diferimiento del pago de tributos hasta que la mercancía sea destinada a consumo o a otro régimen aduanero autorizado (SENAE, 2024).

La utilización de este régimen constituye una decisión estratégica dentro del diseño operativo de internacionalización de DeporSpeed, debido a que proporciona beneficios tanto financieros como logísticos.

Desde la perspectiva financiera, el depósito aduanero permite reducir la inmovilización de capital de trabajo, ya que los tributos son cancelados únicamente sobre las mercancías que serán retiradas y nacionalizadas para su comercialización. Esto contribuye a mejorar la liquidez empresarial y optimizar la administración de recursos financieros.

Desde una perspectiva logística, el almacenamiento estratégico permite sincronizar el abastecimiento con la demanda real del mercado, reduciendo costos asociados a inventarios excesivos y mejorando la utilización del capital de trabajo (Christopher, 2016).

Esta característica resulta especialmente relevante para deporspeed, ya que permite realizar retiros parciales de mercancía de acuerdo con las necesidades comerciales y la demanda generada por clientes ubicados en diferentes ciudades del Ecuador.

Adicionalmente, el costo anual estimado del servicio de depósito aduanero asciende únicamente a USD 243,60, equivalente aproximadamente al 0,24 % del valor anual de importaciones proyectadas. Este porcentaje evidencia que los beneficios operativos y financieros obtenidos superan ampliamente el costo asociado al almacenamiento temporal de la mercancía.

Por lo tanto, la implementación del Régimen 70 constituye una herramienta eficiente para optimizar la gestión de inventarios, fortalecer la planificación financiera y mejorar la capacidad de respuesta de la empresa frente a variaciones en la demanda del mercado.

#### ***2.1.6 Solicitud de Cotización Internacional (RFQ)***

Con el propósito de fortalecer la gestión de compras internacionales, Deep Sport Speed implementará un procedimiento formal de solicitud de cotizaciones o Request for Quotation (RFQ).

Según Monczka, Handfield, Giunipero y Patterson (2020), este mecanismo permite evaluar diferentes alternativas de abastecimiento mediante criterios estandarizados, facilitando la comparación de propuestas y mejorando la calidad de las decisiones de compra.

La solicitud incluirá información relacionada con especificaciones técnicas, cantidades requeridas, condiciones de entrega, tiempos de despacho, cobertura de seguro, Incoterm solicitado y condiciones de pago. La aplicación de este procedimiento permitirá mejorar la transparencia del proceso de abastecimiento y fortalecer la capacidad de

negociación de la empresa frente a futuras operaciones internacionales.

### ***2.1.7 Costos de Importación y Determinación del Precio Final***

La estructura de costos utilizada por Deep Sport Speed incorpora todos los componentes asociados al proceso de importación, incluyendo valor FOB, transporte internacional, seguro, tributos, almacenamiento aduanero y costos operativos.

La inversión anual proyectada en importaciones asciende a USD 103.426,88, permitiendo abastecer el portafolio de productos Wilson compuesto por cuerdas de tenis, accesorios especializados y raquetas de alto rendimiento.

Como resultado de la estrategia propuesta, la empresa proyecta ventas anuales por USD 186.704,44 durante el primer año de operación.

El costo de ventas estimado asciende a USD 103.426,88, generando una utilidad bruta de USD 83.277,56 y un margen bruto aproximado del 44,6 %. (Tabla 5)

Después de considerar gastos operativos, administrativos y financieros, la utilidad neta proyectada alcanza USD 50.241,72 durante el primer año de ejecución del proyecto. (TABLA 6)

Estos resultados demuestran que la importación directa de implementos especializados para tenis constituye una alternativa económicamente viable, capaz de generar rentabilidad sostenida y fortalecer el crecimiento de Deep Sport Speed dentro del mercado ecuatoriano.

El diseño operativo propuesto integra de manera eficiente los componentes logísticos, aduaneros y financieros necesarios para la internacionalización de la empresa, garantizando un abastecimiento continuo, una adecuada gestión de inventarios y una estructura de costos competitiva que respalda la sostenibilidad del proyecto en el largo plazo.

### **3. Evaluación del Negocio**

#### **3.1 Estrategia comercial internacional**

##### ***Segmentación y posicionamiento***

DeporSpeed orienta su estrategia comercial hacia consumidores y organizaciones vinculadas al tenis dentro del mercado ecuatoriano. La segmentación se realiza considerando variables demográficas, geográficas y conductuales.

##### ***Segmento principal:***

- Jugadores de tenis recreativos.
- Jugadores de tenis competitivos.
- Consumidores de artículos deportivos premium.
- Deportistas que buscan productos originales de marcas reconocidas internacionalmente.

##### ***Segmento institucional:***

- Clubes de tenis.
- Academias de tenis.
- Escuelas de formación deportiva.
- Organizadores de torneos.

El mercado objetivo se concentra principalmente en ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca, donde existe una mayor infraestructura deportiva y práctica de tenis.

DeporSpeed busca posicionarse como el distribuidor especializado de productos Wilson con mayor disponibilidad de inventario y capacidad de abastecimiento continuo en

Ecuador. Su diferenciación se basa en la importación directa, la disponibilidad inmediata de productos y el conocimiento especializado del deporte.

### ***Adaptación del producto***

Los productos Wilson mantendrán sus características originales de fabricación, garantizando estándares internacionales de calidad y rendimiento. La adaptación se realizará a través de la selección estratégica de productos con mayor demanda dentro del mercado ecuatoriano, considerando categorías como raquetas, pelotas, bolsos, grips, cuerdas y accesorios para tenis.

Además, DeporSpeed complementará su oferta mediante asesoramiento técnico especializado, ayudando a los clientes a seleccionar los productos más adecuados según su nivel de juego y necesidades deportivas. El sistema de reabastecimiento continuo permitirá mantener un portafolio actualizado y alineado con las tendencias del mercado.

### ***Estrategia de precios***

La estrategia de precios estará basada en el valor percibido y la competitividad del mercado. Gracias a la importación directa desde Estados Unidos y al uso estratégico del Régimen 70, Deep Sport Speed podrá optimizar costos de inventario y mantener precios competitivos dentro del segmento premium.

La empresa buscará transmitir al cliente que el valor no se encuentra únicamente en el producto, sino también en la disponibilidad inmediata, autenticidad garantizada y asesoramiento especializado que acompaña cada compra.

### ***Estrategia de distribución***

La distribución se realizará mediante un modelo mixto que combine venta directa al

consumidor final y alianzas estratégicas con clubes, academias y organizaciones deportivas.

El abastecimiento se efectuará desde Miami hacia Ecuador mediante importación directa y reabastecimiento trimestral. La utilización del Régimen 70 permitirá mantener disponibilidad continua de inventario y responder eficientemente a las variaciones de la demanda.

### ***Comunicación y branding internacional***

La estrategia de comunicación buscará posicionar a DeporSpeed como referente nacional en artículos deportivos especializados para tenis. La comunicación resaltaré la calidad de los productos Wilson, la disponibilidad inmediata, el respaldo técnico y el modelo de abastecimiento continuo.

Los principales canales serán redes sociales, marketing digital, eventos deportivos, torneos de tenis y alianzas con clubes y academias. La marca buscará asociarse con profesionalismo, confianza, rendimiento y especialización deportiva, fortaleciendo su posicionamiento dentro del mercado ecuatoriano.

### **3.2 Modelo Financiero**

El modelo financiero de DeporSpeed se desarrolla a partir del pronóstico trimestral de importación, los costos asociados a la operación internacional, la utilidad bruta de los productos seleccionados y los gastos necesarios para la comercialización local. La empresa plantea un modelo de entrada basado en la importación directa bajo Incoterm CIP y el uso estratégico del Régimen Aduanero 70, por lo que el análisis financiero considera la inversión inicial requerida, los costos fijos y variables, el flujo de caja proyectado, los indicadores de rentabilidad y el análisis de sensibilidad.

Como base del modelo financiero, se estableció un pronóstico trimestral de importación compuesto por 2.204 unidades distribuidas en cinco categorías principales: artículos deportivos diversos, pelotas de tenis, calzado deportivo, raquetas de tenis e indumentaria deportiva. Este pronóstico genera ventas netas trimestrales por USD 46.676,11, un costo CIP/PPP de USD 25.856,72 y una utilidad bruta de USD 20.819,39, equivalente a un margen bruto del 44,6 %.

Considerando que el modelo de negocio contempla cuatro importaciones al año, estos valores se anualizan para obtener ventas netas proyectadas de USD 186.704,44, un costo anual de importación de USD 103.426,88 y una utilidad bruta anual de USD 83.277,56. El detalle del pronóstico trimestral por categoría de producto se presenta en la Tabla 6 de anexos.

### ***Inversión total requerida***

La inversión total requerida para la evaluación financiera se determina a partir del valor anualizado de importación. Debido a que el pronóstico operativo se construyó sobre una base trimestral, el valor CIP/PPP de USD 25.856,72 se multiplica por cuatro importaciones al año, obteniendo una inversión inicial anualizada de USD 103.426,88. Este ajuste permite evaluar el proyecto en términos anuales y evita que los indicadores financieros se calculen únicamente sobre un trimestre de operación.

| Concepto                       | Valor              |
|--------------------------------|--------------------|
| Valor CIP/PPP trimestral       | \$25.856,72        |
| Número de importaciones al año | 4                  |
| Inversión inicial anualizada   | \$103.426,88       |
| <b>Inversión inicial total</b> | <b>\$33.500,12</b> |

La inversión inicial anualizada representa el capital requerido para sostener el esquema anual

de importación, considerando cuatro ciclos de abastecimiento durante el año. Por esta razón, el análisis financiero no toma únicamente el pedido trimestral, sino el valor anual necesario para mantener la operación de importación bajo Régimen 70.

### ***Costos fijos y variables***

Los costos del proyecto se dividen en costos variables y costos fijos. Los costos variables están relacionados directamente con la operación de importación y venta, principalmente el costo de ventas o valor CIP de la mercadería importada. Además, se incluye el costo de Régimen 70, ya que depende de la realización de cada proceso de importación trimestral. Este valor se considera como gasto operativo recurrente, no como activo ni como amortización, porque no representa una inversión de largo plazo sino un costo necesario para ejecutar la importación bajo el régimen elegido.

Los costos fijos corresponden a gastos necesarios para mantener la operación comercial, independientemente del volumen vendido. En este grupo se incluyen arriendo, servicios básicos, internet, sistema de inventario, marketing, suministros y depreciación de activos. Estos costos permiten mantener la estructura mínima de funcionamiento de DeporSpeed durante el período proyectado.

| Concepto                           | 2026               |
|------------------------------------|--------------------|
| Ventas netas                       | \$186.704,44       |
| Costo de ventas / CIP              | \$103.426,88       |
| Gastos administrativos             | \$9.003,60         |
| Gastos varios, incluido Régimen 70 | \$5.310,00         |
| Depreciación                       | \$2.945,00         |
| Permisos y trámites                | \$230,00           |
| <b>Utilidad neta del ejercicio</b> | <b>\$49.341,72</b> |

El costo de Régimen 70 se incorporó como USD 300 por importación trimestral. Debido a que el modelo considera cuatro importaciones al año, el impacto anual de este concepto es de USD 1.200. Este valor reduce la utilidad antes de impuestos, pero permite reflejar de mejor manera el costo real de operar bajo el régimen de importación seleccionado.

### ***Flujo de caja del proyecto***

El flujo de caja del proyecto se construye a partir de la inversión inicial realizada en el año cero y de los flujos anuales generados por la operación de DeporSpeed. Aunque el pronóstico de importación es trimestral, la evaluación financiera se presenta de forma anual, debido a que cada año está compuesto por cuatro ciclos de importación, nacionalización progresiva bajo Régimen 70 y distribución en el mercado ecuatoriano.

La inversión inicial del año cero asciende a USD 103.426,88 y se registra con signo negativo, debido a que representa una salida de efectivo necesaria para sostener la operación anual de importación. Posteriormente, los flujos anuales se calculan a partir de la utilidad neta, sumando partidas contables que no representan salida de efectivo, como la depreciación

y la amortización, e incorporando los ajustes operativos correspondientes.

| Concepto                  | Año 0          | 2026          | 2027        | 2028        | 2029         | 2030         |
|---------------------------|----------------|---------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| <b>Flujo del proyecto</b> | - \$103.426,88 | \$52.516,72   | \$53.141,35 | \$56.422,18 | \$59.755,77  | \$92.807,9   |
| <b>Flujo acumulado</b>    | - \$103.426,88 | - \$50.910,16 | \$2.231,19  | \$58.653,37 | \$118.409,14 | \$211.217,07 |

El flujo acumulado muestra que la inversión inicial se recupera durante el segundo año de operación. En 2026 el proyecto genera un flujo positivo de USD 52.516,72; sin embargo, este monto todavía no cubre completamente la inversión inicial anualizada, por lo que el flujo acumulado permanece negativo en USD 50.910,16. Para 2027, el flujo acumulado asciende a USD 2.231,19, evidenciando que la inversión se recupera durante ese año. Esto indica que el proyecto tiene capacidad de generación de efectivo bajo las condiciones proyectadas, siempre que se mantengan las ventas estimadas, los costos de importación, la rotación de inventario y el esquema de reabastecimiento trimestral.

### ***Indicadores financieros: VAN y TIR***

Para evaluar la viabilidad financiera del proyecto se utilizaron dos indicadores principales: el Valor Actual Neto, también llamado VAN o VPN, y la Tasa Interna de Retorno, conocida como TIR. El VAN permite medir cuánto valor genera el proyecto después de descontar los flujos futuros a la tasa mínima aceptable de rendimiento. En este caso, se utiliza una TMAR del 14,07%.

| <b>Indicador</b>           | <b>Resultado</b> |
|----------------------------|------------------|
| VAN / VPN                  | \$104.813.09     |
| TIR                        | 47,56%           |
| ROI                        | 101,34%          |
| TMAR                       | 14,07%           |
| <b>Decisión financiera</b> | <b>Viable</b>    |

El resultado del VAN es positivo, lo que significa que el proyecto genera valor económico después de recuperar la inversión inicial y descontar los flujos futuros. Asimismo, la TIR obtenida es superior a la TMAR, lo cual confirma que la rentabilidad estimada del proyecto se encuentra por encima del rendimiento mínimo esperado. Bajo estos resultados, el modelo financiero indica que la propuesta de importación directa, reabastecimiento trimestral y distribución de productos deportivos para DeporSpeed es financieramente viable.

El ROI se calcula relacionando el beneficio actualizado neto, representado por el VAN, con la inversión inicial anualizada. En este caso, el ROI es de 101,34%, lo que indica que el proyecto genera un retorno positivo sobre la inversión evaluada.

El detalle de la metodología utilizada para el cálculo e interpretación de los indicadores financieros VAN, TIR, ROI y TMAR se presenta en la Tabla 8 de anexos

### ***Análisis de sensibilidad***

El análisis de sensibilidad permite observar cómo cambiaría la rentabilidad del proyecto ante variaciones en variables clave. En este caso, se consideran principalmente las ventas netas y el costo de importación CIP, debido a que ambas variables influyen directamente en la utilidad y en la capacidad del proyecto para generar valor. Las ventas

determinan los ingresos de la operación, mientras que el costo CIP representa el principal componente del costo de importación de los productos.

La sensibilidad se aplicó considerando que DeporSpeed participa en un mercado deportivo dinámico, donde la demanda puede variar por factores como la temporada, la rotación de productos, la competencia, el comportamiento de compra de los consumidores y la disponibilidad de artículos especializados de tenis y pádel. De igual manera, el costo CIP puede cambiar por variaciones en precios de proveedor, flete internacional, seguro, costos logísticos o condiciones propias del proceso de importación.

Para este análisis se consideran tres escenarios: pesimista, base y optimista. Se utilizó una variación del 10 % porque representa un margen prudente para evaluar el comportamiento del proyecto ante cambios moderados, pero relevantes. No se utilizó un porcentaje menor porque el impacto sería limitado y no permitiría observar claramente la sensibilidad del VAN; tampoco se utilizó un porcentaje mayor porque podría representar un escenario extremo y menos realista para el análisis financiero del proyecto.

| Escenario | Variable analizada                                                         | VAN resultante |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Base      | Ventas, costos CIP, gastos operativos y TMAR<br>según el modelo financiero | USD 104.813,09 |
| Pesimista | Ventas netas -10%                                                          | USD 63.174,31  |
| Pesimista | Costo CIP +10%                                                             | USD 53.099,65  |
| Optimista | Ventas netas +10%                                                          | USD 146.451,87 |
| Optimista | Costo CIP -10%                                                             | USD 156.526,53 |

El análisis muestra que el proyecto es especialmente sensible al comportamiento de las ventas y al costo de importación. Si las ventas netas disminuyen, el VAN se reduce, ya

que el negocio genera menos ingresos para cubrir sus costos. Por el contrario, si las ventas aumentan, el valor del proyecto mejora. En el caso del costo CIP, el efecto es inverso: si el costo de importación sube, el VAN baja; si el costo de importación disminuye, el VAN mejora.

A pesar de las variaciones desfavorables, el VAN se mantiene positivo en los escenarios pesimistas. Esto significa que, aunque el proyecto pierde rentabilidad cuando bajan las ventas o sube el costo de importación, todavía conserva capacidad para generar valor. Por esta razón, se considera que el proyecto mantiene viabilidad financiera bajo condiciones moderadas de riesgo comercial y operativo.

En conclusión, el modelo financiero muestra que DeporSpeed puede sostener una operación viable bajo el esquema de importación directa con Régimen 70, siempre que mantenga controlados los costos de importación, gestione adecuadamente su inventario y cumpla con las ventas proyectadas. La incorporación del costo de Régimen 70 permite que el modelo sea más realista, ya que reconoce un gasto directamente relacionado con el modo de entrada internacional seleccionado.

## ***Conclusión***

El presente proyecto permitió demostrar que la principal ventaja competitiva de DeporSpeed no se encuentra únicamente en la comercialización de productos Wilson, sino en la construcción de un modelo de negocio eficiente, especializado y escalable. A través de la importación directa, el uso estratégico del Régimen 70 y un sistema de reabastecimiento continuo, la empresa logra optimizar sus recursos, mantener disponibilidad constante de inventario y responder de manera efectiva a las necesidades del mercado ecuatoriano.

Asimismo, se identificó que existe una oportunidad importante dentro del segmento del tenis, donde los consumidores valoran la calidad y el acceso inmediato a productos de alto

rendimiento. Esto permite a DeporSpeed diferenciarse de los competidores generalistas y fortalecer su posicionamiento dentro de la comunidad tenística del país.

Finalmente, los resultados financieros y operativos obtenidos confirman la viabilidad y sostenibilidad de la propuesta. Más allá de consolidar la operación en Ecuador, este proyecto establece las bases para un modelo de negocio sólido y estandarizado que podrá ser replicado en mercados internacionales en el futuro, convirtiendo a DeporSpeed en una empresa preparada para procesos de expansión y crecimiento sostenido.

## Referencias bibliográficas

- Asociación de Tenis de Pichincha. (s.f.). *Página oficial de la Asociación de Tenis de Campo de Pichincha*. <https://asotenisp.com/>
- Ballou, R. H. (2004). *Logística: administración de la cadena de suministro* (5.ª ed.). Pearson Educación.
- Banco Mundial. (s.f.). *GDP per capita (current US\$)*. World Bank Open Data. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>
- Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. (2024). *Estudios y reportes del comercio electrónico en Ecuador*. CECE.
- Christopher, M. (2016). *Logistics and supply chain management* (5th ed.). Pearson.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2018). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones* (16.ª ed.). Pearson Educación.
- El Telégrafo. (2018, 6 de abril). El 41,8 % de los ecuatorianos practica algún deporte. *El Telégrafo*. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/otros/1/el-418-de-los-ecuatorianos-practica-algun-deporte>
- Federación Ecuatoriana de Tenis. (s.f.). *Inicio*. <https://www.fet.org.ec/>
- Federación Ecuatoriana de Tenis. (s.f.). *Junior Tennis Initiative (JTI)*. <https://www.fet.org.ec/junior-tennis-initiative-jti/>
- Fortune Business Insights. (2025). *Tennis equipment market size, share & industry analysis*. <https://www.fortunebusinessinsights.com/tennis-equipment-market-115779>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). *Censo de Población y Vivienda 2022: Resultados oficiales*. <https://www.censoecuador.gob.ec/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). *Estadísticas demográficas y proyecciones poblacionales del Ecuador*. INEC.

- Intercarga. (s.f.). *Almacenamiento temporal*.  
<https://intercarga.com.ec/almacenamiento-temporal/>
- International Chamber of Commerce. (2020). *Incoterms® 2020: ICC rules for the use of domestic and international trade terms*. ICC Publishing.
- International Tennis Federation. (s.f.). *Tennis globally*.  
<https://www.itftennis.com/en/about-us/tennis-globally/>
- International Trade Administration. (2024). *Sporting goods industry overview*.  
<https://www.trade.gov/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Monczka, R. M., Handfield, R. B., Giunipero, L. C., & Patterson, J. L. (2020). *Purchasing and supply chain management* (7th ed.). Cengage Learning.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2024). *Arancel Nacional Integrado del Ecuador*. <https://www.aduana.gob.ec/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2024). *Depósito aduanero*. SENAE.
- TCC Ecuador. (s.f.). *Servicios*. <https://www.tcc.com.ec/servicios/>
- TCE. (s.f.). *The cargo experts*. <https://tce.aero/>
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing: Introduction to the special issue on multi-channel retailing. *Journal of Retailing*, 91(2), 174–181. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.001>
- Wilson Sporting Goods. (s.f.). *About Wilson*. <https://www.wilson.com/en-us/explore/about-us>
- World Bank. (2024). *Worldwide governance indicators*. World Bank Group.

- Worldometer. (s.f.). *Población de Ecuador*.

<https://www.worldometers.info/es/poblacion-mundial/poblacion-ecuador/>

## Anexos

**Tabla 1.**

*Matriz de preseleccion de mercados.*

| País        | Tam. (0.20) | Crec. (0.15) | Log. (0.15) | Aran. (0.15) | Comp. (0.10) | Acceso (0.15) | Estab. (0.10) | Total       |
|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|---------------|---------------|-------------|
| EEUU        | 4 (0.80)    | 4 (0.60)     | 5 (0.75)    | 4 (0.60)     | 3 (0.30)     | 5 (0.75)      | 5 (0.50)      | <b>4.30</b> |
| China       | 4 (0.80)    | 4 (0.60)     | 4 (0.60)    | 4 (0.60)     | 3 (0.30)     | 4 (0.60)      | 3 (0.30)      | <b>3.80</b> |
| Panamá      | 5 (1.00)    | 4 (0.60)     | 2 (0.30)    | 3 (0.45)     | 2 (0.20)     | 5 (0.75)      | 4 (0.40)      | <b>3.70</b> |
| Reino Unido | 5 (1.00)    | 4 (0.60)     | 3 (0.45)    | 3 (0.45)     | 2 (0.20)     | 4 (0.60)      | 3 (0.30)      | <b>3.60</b> |
| Canadá      | 3 (0.60)    | 3 (0.45)     | 4 (0.60)    | 4 (0.60)     | 3 (0.30)     | 4 (0.60)      | 3 (0.30)      | <b>3.45</b> |

**Tabla 2.**

*Análisis Pestel*



**Tabla 3. Demanda insatisfecha Quito**

| Etapas del Embudo     | Descripción                                         | Dato utilizado       | Justificación técnica                                      | Fuente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------|-----------------------------------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Universo Quito</b> | Población total del Distrito Metropolitano de Quito | 2.679.722 habitantes | Base poblacional oficial para determinar mercado potencial | <a href="https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/cifras-historicas-del-inec-muestran-como-ha-cambiado-quito-en-sus-491-anos-de-fundacion/">Instituto Nacional de Estadística y Censos – https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/cifras-historicas-del-inec-muestran-como-ha-cambiado-quito-en-sus-491-anos-de-fundacion/</a> |

|                                                 |                                                          |                             |                                                                        |                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Filtro Socioeconómico</b>                    | Segmento medio y medio-alto                              | 15% – 25% población urbana  | El tenis requiere gasto en equipamiento, clases y acceso a clubes      | <a href="#">Banco Mundial (contexto ingresos):</a><br><a href="https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD">https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD</a>                                              |
| <b>Filtro Geográfico Quito</b>                  | Zonas de alta plusvalía (Cumbayá, Tumbaco, Centro-Norte) | Segmento concentrado urbano | Mayor concentración de clubes y consumidores de alto poder adquisitivo | <a href="#">Primicias (crecimiento urbano Quito):</a><br><a href="https://www.primicias.ec/noticias/quito/poblacion-parroquias-censo-inec/">https://www.primicias.ec/noticias/quito/poblacion-parroquias-censo-inec/</a> |
| <b>Infraestructura deportiva (Clubes Quito)</b> | Clubes y academias activas en Pichincha                  | Base de clubes provinciales | Identificación de sedes mediante torneos oficiales                     | <a href="#">Asociación de Tenis de Pichincha –</a><br><a href="https://asotenisp.com/">https://asotenisp.com/</a>                                                                                                        |
| <b>Demanda Efectiva Quito</b>                   | Jugadores activos de tenis                               | 5.000 – 8.000 personas      | Estimación basada en clubes + promedio jugadores (250–400)             | <a href="#">ITF participación tenis:</a><br><a href="https://www.itftennis.com/en/about-us/tennis-globally/">https://www.itftennis.com/en/about-us/tennis-globally/</a>                                                  |
| <b>Demanda Objetivo Quito</b>                   | Participación real DeporSpeed                            | 5%                          | Basado en ventas reales, clientes activos y rotación                   | Datos internos DeporSpeed                                                                                                                                                                                                |

**Tabla 4. Desglose de Fletes y Recargos**

| Etapas                | Concepto                                          | Base de Cálculo                                        | Tarifa                                               | Costo (USD)  |
|-----------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------------|
| INCOTERM / MERCADERÍA | Valor CIP/PPP proyectado del pedido trimestral    | KPLs (SUSTENTO), bloque de validación                  | Valor CIP confirmado por usuario                     | \$ 25,856.72 |
| ADUANA                | Base imponible aduanera Ecuador (CIP equivalente) | Valor CIP confirmado                                   | CIP = costo + seguro + flete internacional incluidos | \$ 25,856.72 |
| FLETE INTERNACIONAL   | Flete internacional aéreo adicional               | Incluido en CIP                                        | Incluido en CIP; costo adicional \$0                 | \$ -         |
| TRIBUTOS (ADUANA)     | Arancel Ad-Valorem                                | Base imponible CIP                                     | 21,2% × CIP                                          | \$ 5,481.62  |
| TRIBUTOS (ADUANA)     | FODINFA                                           | Base imponible CIP                                     | 0,5% × CIP                                           | \$ 129.28    |
| TRIBUTOS (ADUANA)     | IVA importación (control separado)                | CIP + Arancel + FODINFA                                | 15% × (CIP + arancel + FODINFA)                      | \$ 4,720.14  |
| LOGÍSTICA DESTINO     | Bodegaje y terminal aeroportuario                 | Sustento real última importación                       | Cargo real aplicado: \$89,52                         | \$ 89.52     |
| LOGÍSTICA DESTINO     | Agenciamiento Grupo Aduacomex                     | Sustento real última importación                       | Cargo real aplicado: \$277,15                        | \$ 277.15    |
| TERRESTRE ECUADOR     | Transporte local Tababela - DeporSpeed            | Sustento real última importación                       | Cargo real aplicado: \$60,00                         | \$ 60.00     |
| FINANCIERO            | SDV / seguros financieros                         | Proporción real última importación                     | 10,3923% × CIP (1.600,71 / 15.402,78)                | \$ 2,687.11  |
| FINANCIERO            | Comisiones bancarias / tarjeta                    | Proporción real última importación                     | 1,5128% × CIP (233,01 / 15.402,78)                   | \$ 391.16    |
| TOTAL GENERAL         | Costo total puesto Quito sin IVA recuperable      | CIP + arancel + FODINFA + destino + costos financieros | Suma de costos incorporables                         | \$ 34,972.57 |
| TOTAL CONTROL         | Desembolso aduanero/logístico incluyendo IVA      | Total sin IVA + IVA                                    | Control de caja con IVA                              | \$ 39,692.71 |

**Tabla 5. Cálculo de valores de Depósito Aduanero**

| Concepto                    | Total            |
|-----------------------------|------------------|
| Recepción de carga          | \$ 15,00         |
| Manipulación y registro     | \$ 20,00         |
| Almacenamiento (15 días)    | \$ 15,90         |
| Gestión administrativa      | \$ 10,00         |
| <b>Total por embarque</b>   | <b>\$ 60,90</b>  |
|                             |                  |
|                             |                  |
|                             |                  |
| Concepto                    | Total            |
| Costo por embarque          | \$ 60,90         |
| Número de embarques anuales | \$ 4,00          |
| <b>Costo anual estimado</b> | <b>\$ 243,60</b> |

**Tabla 6. Proyección de ventas y pronóstico de importación por categorías de producto.**

| PRONOSTICO DE IMPORTACION RESUMIDO POR CATEGORIAS |             |                    |                    |               |                    |  |
|---------------------------------------------------|-------------|--------------------|--------------------|---------------|--------------------|--|
| Categoría                                         | Unidades    | Ventas netas       | Utilidad bruta     | Margen bruto  | CIP / PPP          |  |
| Artículos deportivos diversos                     | 1646        | \$5,181.67         | \$2,148.85         | 41.50%        | \$3,032.82         |  |
| Pelotas de tenis                                  | 150         | \$1,156.82         | \$513.92           | 44.40%        | \$642.90           |  |
| Calzado deportivo                                 | 200         | \$17,371.24        | \$5,707.72         | 32.90%        | \$11,663.52        |  |
| Raquetas de tenis                                 | 125         | \$21,557.71        | \$11,681.71        | 54.20%        | \$9,876.00         |  |
| Indumentaria deportiva                            | 83          | \$1,408.67         | \$767.19           | 54.50%        | \$641.48           |  |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>2204</b> | <b>\$46,676.11</b> | <b>\$20,819.39</b> | <b>44.60%</b> | <b>\$25,856.72</b> |  |

| PRESUPUESTO DE VENTAS PROYECTADO (BASE TRIMESTRAL) |              |              |              |              |              |
|----------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Concepto                                           | 2026         | 2027         | 2028         | 2029         | 2030         |
| Unidades estimadas                                 | 8816         | 9257         | 9720         | 10206        | 10716        |
| Ventas brutas                                      | \$191.955,40 | \$201.553,17 | \$211.630,83 | \$222.212,37 | \$233.322,99 |
| (-) Descuentos                                     | \$5.250,96   | \$5.513,51   | \$5.789,18   | \$6.078,64   | \$6.382,57   |
| Ventas netas                                       | \$186.704,44 | \$196.039,66 | \$205.841,65 | \$216.133,73 | \$226.940,41 |
| CIP / Costo ventas                                 | \$103.426,88 | \$108.598,22 | \$114.028,14 | \$119.729,54 | \$125.716,02 |
| Utilidad bruta                                     | \$83.277,56  | \$87.441,44  | \$91.813,51  | \$96.404,19  | \$101.224,39 |
| Margen bruto                                       | 44,60%       | 44,60%       | 44,60%       | 44,60%       | 44,60%       |
| Precio neto promedio por unidad                    | \$21,18      | \$21,18      | \$21,18      | \$21,18      | \$21,18      |
| Costo promedio por unidad                          | \$11,73      | \$11,73      | \$11,73      | \$11,73      | \$11,73      |
| Utilidad promedio por unidad                       | \$9,45       | \$9,45       | \$9,45       | \$9,45       | \$9,45       |

**Tabla 7. Estado de Resultados Proyectado.**

| ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (BASE TRIMESTRAL ANUALIZADA) |              |              |              |              |              |
|--------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Concepto                                                     | 2027         | 2028         | 2029         | 2030         | 2031         |
| Ventas netas                                                 | \$186,704.44 | \$196,039.66 | \$205,841.65 | \$216,133.73 | \$226,940.41 |
| (-) Costo de ventas / CIP                                    | \$103,426.88 | \$108,598.22 | \$114,028.14 | \$119,729.54 | \$125,716.02 |
| UTILIDAD BRUTA                                               | \$83,277.56  | \$87,441.44  | \$91,813.51  | \$96,404.19  | \$101,224.39 |
| (-) Sueldos nómina                                           | -            | -            | -            | -            | -            |
| (-) Beneficios sociales                                      | -            | -            | -            | -            | -            |
| (-) Gastos administrativos                                   | \$9,003.60   | \$9,003.60   | \$9,003.60   | \$9,003.60   | \$9,003.60   |
| (-) Gastos varios                                            | \$5,310.00   | \$5,310.00   | \$5,310.00   | \$5,310.00   | \$5,310.00   |
| (-) Depreciación                                             | \$2,945.00   | \$2,945.00   | \$2,945.00   | \$2,500.00   | \$2,500.00   |
| (-) Amortización diferida                                    | \$230.00     | \$236.90     | \$244.01     | \$251.33     | \$258.87     |
| (-) Gastos financieros                                       | -            | -            | -            | -            | -            |
| COSTOS Y GASTOS                                              | \$17,488.60  | \$17,495.50  | \$17,502.61  | \$17,064.93  | \$17,072.47  |
| UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS                  | \$65,788.96  | \$69,945.94  | \$74,310.90  | \$79,339.26  | \$84,151.93  |
| (-) Participación trabajadores                               | -            | -            | -            | -            | -            |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO                                   | \$65,788.96  | \$69,945.94  | \$74,310.90  | \$79,339.26  | \$84,151.93  |
| (-) Impuesto a la renta                                      | \$16,447.24  | \$17,486.48  | \$18,577.73  | \$19,834.81  | \$21,037.98  |
| UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO                                  | \$49,341.72  | \$52,459.45  | \$55,733.18  | \$59,504.44  | \$63,113.95  |

**Tabla 8. Metodología de cálculo e interpretación de indicadores financieros VAN y TIR**

| VAN / TIR - EVALUACIÓN FINANCIERA (BASE TRIMESTRAL) |                |               |             |             |             |             |
|-----------------------------------------------------|----------------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Concepto                                            | Año 0          | 2026          | 2027        | 2028        | 2029        | 2030        |
| Flujo proyecto                                      | (\$103,426.88) |               | \$53,141.35 | \$56,422.18 | \$59,755.77 | \$92,807.93 |
| Flujo inversionista                                 | (\$103,426.88) |               | \$53,141.35 | \$56,422.18 | \$59,755.77 | \$92,807.93 |
| Tasa descuento                                      | 14.07%         |               | 14.07%      | 14.07%      | 14.07%      | 14.07%      |
| VP flujo proyecto                                   | (\$103,426.88) |               | \$40,840.38 | \$38,013.30 | \$35,293.45 | \$48,053.82 |
| VP flujo inversionista                              | (\$103,426.88) | -             | \$40,840.38 | \$38,013.30 | \$35,293.45 | \$48,053.82 |
|                                                     |                |               |             |             |             |             |
| Indicador                                           | Proyecto       | Inversionista |             |             |             |             |
| Inversión inicial                                   | \$103,426.88   | \$103,426.88  |             |             |             |             |
| Suma VP flujos futuros                              | \$162,200.94   | \$162,200.94  |             |             |             |             |
| VAN / VPN                                           | \$58,774.06    | \$58,774.06   |             |             |             |             |
| TIR                                                 | 45.41%         | 45.41%        |             |             |             |             |
| Decisión VAN                                        | Viable         | Viable        |             |             |             |             |
| Decisión TIR                                        | TIR > TMAR     | TIR > TMAR    |             |             |             |             |
| TMAR                                                | 14.07%         | 14.07%        |             |             |             |             |

| METODOLOGÍA DE CÁLCULO VAN / TIR |                                                                  |                  |                                       |             |             |             |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Elemento                         | Fórmula usada                                                    | Referencia Excel | Resultado                             | Resultado   | Resultado   | Resultado   |
| Flujo Año 0                      | Inversión inicial con signo negativo                             | (\$103.426.88)   | Salida inicial del proyecto           |             |             |             |
| Flujos Año 1-5                   | Utilidad neta + depreciación + amortización + recuperación final | \$52.516.72      | \$53.141.35                           | \$56.422.18 | \$59.755.77 | \$92.807.93 |
| Suma VP futuros                  | SUMA de los VP de 2026 a 2030                                    | \$162.200.94     | Valor actual de los flujos futuros    |             |             |             |
| VAN / VPN                        | Suma VP futuros - inversión inicial                              | \$58.774.06      | Si es > 0, el proyecto genera valor   |             |             |             |
| TIR                              | Tasa que hace VAN = 0                                            | 45%              | Si es > TMAR, el proyecto es rentable |             |             |             |
| TMAR                             | Tasa mínima aceptable de rendimiento                             | 14.07%           | Se usa para descontar los flujos      |             |             |             |
| Decisión                         | VAN positivo y TIR > TMAR                                        | Viable           | Regla de aceptación financiera        | Viable      | Viable      | Viable      |

## Documentos de importación.

### Declaracion aduanera

Pedido: AHB: 6AMIA2603953-3 / Vidakiva Internacional Inc

**REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACIÓN ADUANERA DE IMPORTACIÓN**

**PRELIQUIDACION**

**CONTRIBUYENTE:**

Número de liquidación: --- Tipo Identificación: RUC Número de Identificación: 0703256909001  
Nombre o razón social: ASANZA CAMPOVERDE WLADIMIR ISMAEL Ciudad: Quito Telefono: 0  
Dirección: PICHINCHA / QUITO / LA CONCEPCIÓN / J 067-157 Y ALONSO DE TORRE

**LIQUIDACIÓN ADUANERA:**

| CONCEPTO                                                   | Liquidación de Aduana     | Valor Liberado | Valor a Pagar           | Valor Garantizado | Diferencia a pagar no Garantizada |
|------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------|-------------------------|-------------------|-----------------------------------|
| <b>A Derechos arancelarios</b>                             |                           |                |                         |                   |                                   |
| ARANCEL ADVALOREM                                          | 3.257.950                 | 0.000          | 3.257.950               |                   |                                   |
| ARANCEL ESPECIFICO                                         | 0.000                     | 0.000          | 0.000                   |                   |                                   |
| ANTIDUMPING                                                | 0.000                     | 0.000          | 0.000                   |                   |                                   |
| <b>B Impuestos</b>                                         |                           |                |                         |                   |                                   |
| FONDIRA                                                    | 79.580                    | 0.000          | 79.580                  |                   |                                   |
| ICE ADVALOREM                                              | 0.000                     | 0.000          | 0.000                   |                   |                                   |
| ICE ESPECIFICO                                             | 0.000                     | 0.000          | 0.000                   |                   |                                   |
| IVA                                                        | 2.887.200                 | 0.000          | 2.887.200               |                   |                                   |
| <b>C Tasas</b>                                             |                           |                |                         |                   |                                   |
| TASA DE VIGILANCIA ADUANERA                                | 0                         | 0              | 0                       |                   |                                   |
| <b>D Recargos Arancelarios</b>                             |                           |                |                         |                   |                                   |
| SALVAGUARDIA                                               |                           | 0.000          | 0.000                   |                   |                                   |
| SALVAGUARDIA ESPECIFICA                                    | 0.000                     | 0.000          | 0.000                   |                   |                                   |
| <b>E Intereses</b>                                         |                           |                |                         |                   |                                   |
| <b>F Multas</b>                                            |                           |                |                         |                   |                                   |
| <b>G Otros</b>                                             |                           |                |                         |                   |                                   |
| IMPUESTO REDIMIBLE A LAS BOTELLAS PLÁSTICAS NO RETORNABLES | 0.000                     | 0.000          | 0.000                   |                   |                                   |
| INCREMENTO ICE                                             | 0.000                     | 0.000          | 0.000                   |                   |                                   |
| <b>TOTAL</b>                                               | <b>6.224.730</b>          | <b>0.000</b>   | <b>6.224.730</b>        | <b>0.000</b>      | <b>6.224.730</b>                  |
| Fecha/Hora de Liquidación: ---                             | Fecha máxima de pago: --- | Sanco: ---     |                         |                   |                                   |
| Número de Garantía: ---                                    | Valor liquidado: ---      | 6.224.730      |                         |                   |                                   |
| Motivo liquidación: ---                                    |                           |                |                         |                   |                                   |
| ORDEN                                                      | 26000085                  | MRN            | CEC2026QT00010300040003 |                   |                                   |
| LIQUIDACIÓN                                                | ---                       | ALMACEN        | ---                     |                   |                                   |
| DAI                                                        | ---                       | Aforo          | ---                     |                   |                                   |
| OBSERVACIÓN                                                |                           |                |                         |                   |                                   |

Factura comercial

| REPORTE DE LIQUIDACIÓN POR ITEMS                                                                                                      |            |                                                             |                                                                       |           |                  |                    |      |                          |      |                       |            |            |                                  |                      |                             |        |        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------|------------------|--------------------|------|--------------------------|------|-----------------------|------------|------------|----------------------------------|----------------------|-----------------------------|--------|--------|
| 06/03/2026 19:00:05                                                                                                                   |            |                                                             |                                                                       |           |                  |                    |      |                          |      |                       |            |            |                                  |                      |                             |        |        |
|  Importador:<br>ASANZA CAMPOVERDE WLADIMIR<br>ISMAEL |            |                                                             | No. Pedido:<br>AWB: EAMIA2602953-3 / VIDA/ACTIVA<br>INTERNACIONAL INC |           |                  |                    |      | Id. Trámite:<br>26000085 |      | No. Liquidación:<br>- |            |            | Total Liquidación:<br>6224.73000 |                      |                             |        |        |
| ITEM                                                                                                                                  | SUBPARTIDA | TITULO DESCRIPCION                                          | PESO<br>NETO                                                          | %<br>ADIC | %<br>ADV<br>PROG | VALOR EN<br>ADUANA | TIPO | TIPO                     | TIPO | ADIC                  | ADV<br>ESR | FOCIN<br>A | ICE<br>ESR                       | SALVA<br>GUAR<br>DIA | SALVA<br>GUAR<br>DIA<br>ESA | IVA    | TOTAL  |
| 9906S10090                                                                                                                            | 0000       | Paqueta De Tera Wilson Ultra<br>131 VS                      | 3.644                                                                 | 30.00     |                  | 504.77             | 0000 | 0000                     | 0000 | 150.43                | 0.00       | 2.52       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 98.81  | 252.76 |
| 9906S10090                                                                                                                            | 0000       | Paqueta de Tera Wilson Clash<br>180 V2.0 4 1 4 2            | 2.464                                                                 | 30.00     |                  | 246.53             | 0000 | 0000                     | 0000 | 72.56                 | 0.00       | 1.23       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 48.26  | 223.45 |
| 9906S10090                                                                                                                            | 0000       | Paqueta de Tera Wilson Clash<br>180 VS 0 4 3 8 3            | 4.921                                                                 | 30.00     |                  | 492.38             | 0000 | 0000                     | 0000 | 147.71                | 0.00       | 2.46       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 96.38  | 248.55 |
| 9906S10090                                                                                                                            | 0000       | Paqueta de Tera Wilson Clash<br>180L V2.0 4 1 4 2           | 2.175                                                                 | 30.00     |                  | 217.62             | 0000 | 0000                     | 0000 | 65.29                 | 0.00       | 1.09       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 42.60  | 208.50 |
| 9906S10090                                                                                                                            | 0000       | Paqueta de Tera Wilson Clash<br>188 VS                      | 4.921                                                                 | 30.00     |                  | 492.38             | 0000 | 0000                     | 0000 | 147.71                | 0.00       | 2.46       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 96.38  | 248.55 |
| 9906S10090                                                                                                                            | 0000       | Paqueta de Tera Wilson Rager<br>Redener 01 FRM 200g 4 2 9 2 | 2.670                                                                 | 30.00     |                  | 267.19             | 0000 | 0000                     | 0000 | 80.16                 | 0.00       | 1.34       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 52.30  | 220.90 |
| 9906S10090                                                                                                                            | 0000       | Paqueta de Tera Wilson Trial<br>Three                       | 2.599                                                                 | 30.00     |                  | 254.06             | 0000 | 0000                     | 0000 | 80.22                 | 0.00       | 1.47       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 57.56  | 247.25 |
| 9906S10090                                                                                                                            | 0000       | Paqueta de Tera Wilson Trial<br>Three                       | 2.529                                                                 | 30.00     |                  | 254.06             | 0000 | 0000                     | 0000 | 80.22                 | 0.00       | 1.47       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 57.56  | 247.25 |
| 4202999000                                                                                                                            | 0000       | Bolso de Tera Wilson Ultra VS<br>Tour 2PK                   | 0.888                                                                 | 30.00     |                  | 83.33              | 0000 | 0000                     | 0000 | 25.00                 | 0.00       | 0.42       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 16.81  | 41.79  |
| 4202999000                                                                                                                            | 0000       | Bolso de Tera Wilson Rager<br>Redener                       | 1.122                                                                 | 30.00     |                  | 112.26             | 0000 | 0000                     | 0000 | 33.68                 | 0.00       | 0.56       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 21.98  | 56.22  |
| 4202999000                                                                                                                            | 0000       | Bolso de Tera Wilson Super<br>Tour 6PK                      | 1.761                                                                 | 30.00     |                  | 176.19             | 0000 | 0000                     | 0000 | 52.66                 | 0.00       | 0.80       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 34.49  | 88.23  |
| 4202999000                                                                                                                            | 0000       | Bolso de Tera Wilson Super<br>Tour                          | 1.601                                                                 | 30.00     |                  | 160.15             | 0000 | 0000                     | 0000 | 47.05                 | 0.00       | 0.70       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 27.66  | 70.15  |
| 4008212900                                                                                                                            | 0000       | Over Grip Para Paqueta de<br>Tera Wilson RF Premium         | 1.243                                                                 | 15.00     |                  | 124.40             | 0000 | 0000                     | 0000 | 18.66                 | 0.00       | 0.62       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 21.55  | 40.82  |
| 4008212900                                                                                                                            | 0000       | Overgrip Wilson Shift Pro<br>Performance                    | 0.637                                                                 | 15.00     |                  | 65.17              | 0000 | 0000                     | 0000 | 9.87                  | 0.00       | 0.33       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 11.60  | 21.60  |
| 4008212900                                                                                                                            | 0000       | Pro Overgrip Wilson p Paqueta<br>Tera Blade VPOE 24708 1    | 1.679                                                                 | 15.00     |                  | 168.03             | 0000 | 0000                     | 0000 | 25.23                 | 0.00       | 0.84       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 29.11  | 55.15  |
| 5607900000                                                                                                                            | 0000       | Cuenda p Paqueta Wilson<br>Sensation 15 Set                 | 1.370                                                                 | 15.00     |                  | 137.04             | 0000 | 0000                     | 0000 | 20.56                 | 0.00       | 0.69       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 23.76  | 44.99  |
| 5607900000                                                                                                                            | 0000       | Cuenda p Paqueta Wilson<br>Sensation 17 Set                 | 1.370                                                                 | 15.00     |                  | 137.05             | 0000 | 0000                     | 0000 | 20.56                 | 0.00       | 0.69       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 23.75  | 45.00  |
| 5607900000                                                                                                                            | 0000       | Set Cuenda para Paqueta<br>Wilson Rager vs 17 Anaranjado    | 0.739                                                                 | 15.00     |                  | 73.98              | 0000 | 0000                     | 0000 | 11.09                 | 0.00       | 0.37       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 12.81  | 24.27  |
| 5607900000                                                                                                                            | 0000       | Cuenda para Paqueta Wilson<br>Sensation Control rella 200m  | 1.054                                                                 | 15.00     |                  | 105.65             | 0000 | 0000                     | 0000 | 16.13                 | 0.00       | 2.00       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 45.41  | 121.51 |
| 5607900000                                                                                                                            | 0000       | Cuenda para Paqueta Wilson<br>Revolve 16 Palla 200m         | 7.626                                                                 | 15.00     |                  | 763.09             | 0000 | 0000                     | 0000 | 114.46                | 0.00       | 3.82       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 132.21 | 250.49 |
| 5607900000                                                                                                                            | 0000       | Cuenda p Paqueta Wilson<br>Revolve 17 Palla NEGRO           | 7.626                                                                 | 15.00     |                  | 763.09             | 0000 | 0000                     | 0000 | 114.46                | 0.00       | 3.82       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 132.21 | 250.49 |
| 5607900000                                                                                                                            | 0000       | Cuenda p Paqueta Wilson<br>Revolve 17 Palla ANARANJADO      | 7.626                                                                 | 15.00     |                  | 763.10             | 0000 | 0000                     | 0000 | 114.47                | 0.00       | 3.82       | 0.00                             | 0.00                 | 0.00                        | 132.21 | 250.50 |

Packing list

Mercurie Logistics Corp. Tocumen

RUC: 2209666-1-774700 DV: 81

Bodega No 2.1 Terminal de carga del Aeropuerto

Internacional de Tocumen

Tocumen

Tel: +507-6325-7208

Recibo de Almacén

Numero de Recibo: EXP 992-16853524.

Fecha/Firma de Recibo: Dec/02/2025 09:10 AM

Recibido por: Kathuska Sanchez

Información del Expedidor

PER 17 PANAMA INC.

Información del Consignatario

Información del Transportista Terrestre y del Suministrador

Transportista: MERCURE LOGISTIC CORP

Numero PRO: 992-16853524

No. Radres: EAPAN25112340

Nombre del Choffer: JOSEEL CHARRI

Uti del Choffer: 3-723-313

Suministrador:

Numero de Factura:

Numero O. C:

Notas

18 CAJAS REPARADAS (TAPE TRANSPARENTE) 4 CAJAS ABOLLADAS

Cargos Aplicables:

| Pro                        | Paquete           | Dimensiones     | Descripción   | Peso            | Volumen                                          |
|----------------------------|-------------------|-----------------|---------------|-----------------|--------------------------------------------------|
| Localización               | Numero de Factura | Notas           |               |                 |                                                  |
| Cantidad                   | Numero O.C.       | Numero de Parte | Modelo        | Numero de Serie | Volumen Peso                                     |
| 10                         | Bulto Seco BOCEGA | 63x43x35cm      | CARGA GENERAL |                 | 0.06 m³<br>158.1 VKg                             |
| 3                          | Bulto Seco BOCEGA | 66x47x37cm      | CARGA GENERAL |                 | 0.34 m³<br>37.4 VKg                              |
| 2                          | Bulto Seco BOCEGA | 61x40x34cm      | CARGA GENERAL |                 | 0.17 m³<br>27.7 VKg                              |
| 62                         | Bulto Seco BOCEGA | 48x32x22cm      | CARGA GENERAL |                 | 2.10 m³<br>345.4 VKg                             |
| 1                          | Bulto Seco BOCEGA | 56x40x37cm      | CARGA GENERAL |                 | 0.08 m³<br>13.8 VKg                              |
| 3                          | Bulto Seco BOCEGA | 56x50x29cm      | CARGA GENERAL |                 | 0.24 m³<br>39.2 VKg                              |
| 1                          | Bulto Seco BOCEGA | 29x22x16cm      | CARGA GENERAL |                 | 0.01 m³<br>1.3 VKg                               |
| 1                          | Bulto Seco BOCEGA | 32x26x26cm      | CARGA GENERAL |                 | 0.02 m³<br>3.6 VKg                               |
| 1                          | Bulto Seco BOCEGA | 42x30x36cm      | CARGA GENERAL |                 | 0.06 m³<br>7.6 VKg                               |
| Recibido por: Firma: TOTAL |                   |                 |               | Piezas: 84      | Peso: 542.00 Kg<br>Volumen: 3.95 m³<br>658.8 VKg |

Reporte Generado por: www.mercurie.com

## Factura de transporte logístico



**MARITIME SERVICE LINE DEL ECUADOR**  
**MSL DEL ECUADOR**  
**R.U.C 0992424311001**  
**Dirección: Av Fco. de Orellana SN y Justino**  
**Cornejo Edif. WTC Torre B piso 11 Oficina 1107**  
**Telfs.: 42630102 Ext. 106 - Guayaquil - Ecuador**

RECIBO DE CAJA

Nº 001-001-000185263

|            |                                   |                   |                       |
|------------|-----------------------------------|-------------------|-----------------------|
|            |                                   | 001-001-000185263 |                       |
| NOMBRE:    | ASANZA CAMPOVERDE WLADIMER ISMAEL | FECHA:            | 11/03/2026            |
| DIRECCION: | Quito                             |                   |                       |
| RUC:       | 0703256909001                     | B/L:              | EAMIA2603953-3 369203 |
| TELEFONO:  | 022534173                         | MANIF:            |                       |
| FAX:       |                                   | VAPOR:            |                       |

| CONCEPTO                                                                                                             | RES ESTADOUNIDE   | TOTAL USD |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------|
| 1 EAMIA2603953-3 / FLETE AEREO                                                                                       | 253.49            | 253.49    |
| 1 EAMIA2603953-3 / Screening                                                                                         | 101.75            | 101.75    |
| 1 EAMIA2603953-3 / Costo Terminal                                                                                    | 25.00             | 25.00     |
| 1 EAMIA2603953-3 / Delivery                                                                                          | 50.00             | 50.00     |
| 1 EAMIA2603953 / Gastos de Origen                                                                                    | 50.00             | 50.00     |
| Exclusivamente para efectos fiscales el tipo de cambio de este documento es de DOLARES ESTADOUNIDENSES 1 = \$ 1,0000 |                   |           |
|                                                                                                                      | <b>TOTAL US\$</b> | 480.24    |